

## SKRIPSI

**Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada PT. Balai  
Citra Lestari**

*The Role Of Customer Service In Improving Services At PT. Balai Citra Lestari*

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1(S1)



**KOSENTRASI ENTERPREUNER  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PERAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN  
PELAYANAN PADA PT. BALAI CITRA LESTARI**

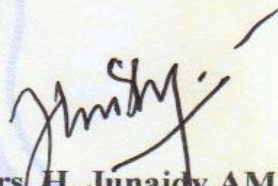
Oleh ;

**NURUL MUTMAINAH**  
**NIM. 218120174**

Untuk memenuhi ujian Skripsi  
Pada Tanggal 07 Februari 2022

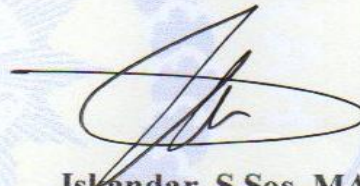
**Menyetujui,**

**Pembimbing I**



**Drs. H. Junaidy AM., MP.**  
**NIDN.0819125701**

**Pembimbing II**



**Iskandar, S.Sos., MA**  
**NIDN.0802048904**

**Mengetahui,**

**Program Studi Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Mataram**

**Ketua Prodi,**



**Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM**  
**NIDN: 0828108404**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**PERAN *CUSTOMER SERVICE* DALAM MENINGKATKAN  
PELAYANAN PADA PT. BALAI CITRA LSTARI**

Oleh ;

**NURUL MUTMAINAH**  
**NIM. 218120174**

Telah dipertahankan didepan penguji  
Pada tanggal 07 Februari 2022  
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

**Tim Penguji**

**Drs. H. Junaidy AM.,MP.**  
**NIDN.0819125701**

(PU) (.....)

**Iskandar, S.Sos.,MA**  
**NIDN.0802048904**

(PP) (.....)

**Lalu Hendra Maniza,S.Sos.,MM**  
**NIDN: 0828108404**

(PN) (.....)

**Mengetahui,**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Mataram**

**Dr. H. Muhammad Ali, M,Si**  
**NIDN.0806066801**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Dengan ini menyatakan:

1. Skripsi yang berjudul:

“Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada PT. Balai Citra Lestari”. Ini merupakan hasil karya tulis asli yang saya ajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata 1 (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram.

2. Semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan skripsi tersebut telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram.

3. Jika kemudian hari terbukti bahwa karya saya tersebut terbukti hasil karya dari orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram.

Mataram, 26 Februari 2022  
Yang Membuat Pernyataan



**Nurul Mutmainah**  
**Nim. 218120174**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram  
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [perpustakaan@ummat.ac.id](mailto:perpustakaan@ummat.ac.id)

SURAT PERNYATAAN BEBAS  
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Mutmainah  
NIM : 218120174  
Tempat/Tgl Lahir : Dampai 06 - Juni - 2000  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
No. Hp : 0819 0083 2693  
Email : nurulmutmainah@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis\* saya yang berjudul :

Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada  
PT. Balai Citra Lestari

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 356

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis\* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 25 Februari - 2022  
Penulis

  
Nurul Mutmainah  
NIM. 218120174

Mengetahui,  
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos.,M.A.  
NIDN. 0802048904

\*pilih salah satu yang sesuai



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram  
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [perpustakaan@ummat.ac.id](mailto:perpustakaan@ummat.ac.id)

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Mutmainah  
NIM : 218120174  
Tempat/Tgl Lahir : Dempas, 06 - Juni - 2000  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
No. Hp/Email : 082 819 0883 2693  
Jenis Penelitian :  Skripsi  KTI  Tesis  .....

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah, saya berjudul:

Peran Customer Service dalam Meningkatkan Pelayanan pada  
Pt. Balai Cibra Lestari

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.  
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 25 - Februari - 2022  
Penulis

  
Nurul Mutmainah  
NIM. 218120174

Mengetahui,  
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

  
Iskandar, S.Sos. M.A.  
NIDN. 0802048904

## MOTTO

*Syukuri hal-hal yang kamu punya hari ini, nikmati proses dan setiap perubahan yang terjadi di dalam hidup*

*(Nurul Mutmainah)*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah yang maha esa, atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **Peran *Customer Service* Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada PT. Balai Citra Lestari**. Penulis membuat skripsi ini sebagai salah satu syarat wajib dalam memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis (S.AB). Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin akan terwujud apabila tidak ada bantuan dari berbagai pihak, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-sebesarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abd Gani., M.Pd Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M. SI. Selaku Dekan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM Selaku ketua Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Bapak Drs. H. Junaidy AM., MP. Selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Iskandar, S.Sos., MA Selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Orang Tua Tercinta, yang selaku memberikan doa, semangat, serta kasih sayang yang tiada hentinya agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Para dosen yang tentunya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, teman-teman seperjuangan dan yang membagi pengalaman serta ilmu pengetahuan dalam penyusunan skripsi ini.



Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini dan tentunya kritikan dan saran yang bersifat membangun itu yang selalu penulis harapkan.

Mataram, 25 Februari 2022

Nurul Mutmainah  
NIM. 218120174



# ***PERAN CUSTOMER SERVICE DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN PADA***

## ***PT. BALAI CITRA LESTARI***

### ***ABSTRAK***

***Pembimbing I Drs. H. Junaidy AM.,MP, Pembimbing II Iskandar, S.Sos.,MA. Penulis Nurul Mutmainah***

Produk apapun yang dihasilkan tidak terlepas dari unsur pelayanan. Baik itu jasa sebagai produk inti, maupun sebagai produk pelengkap. Pelayanan yang baik akan mendapatkan pelanggan yang baik pula, hal ini dapat dilihat dari pelayanan yang diterapkan pada PT. Balai Citra Lestari yang sudah sangat baik, sehingga mendapatkan pelanggan yang lebih banyak. Sebagai upaya untuk menjaga citra positif dimata pelanggan yaitu melalui dibangunnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) terutama dalam hal pelayanan.

Seorang *customer service* memegang peran yang sangat penting dalam hal memberikan pelayanan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. *Customer service* dalam melayani pelanggan selalu berusaha menjaga pelanggan lama agar tetap menjadi pelanggan setia dan membujuk pelanggan baru dengan memberitahukan promo-promo yang sedang berjalan pada PT. Balai Citra Lestari. Oleh karena itu, tugas-tugas yang dikembangkan *customer service* merupakan tulang punggung kegiatan operasional dalam perusahaan PT. Balai Citra Lestari yang telah berusaha memberikan pelayanan terbaik dalam melayani pelanggannya.

Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui peran *customer service* dalam meningkatkan pelayanan pada PT. Balai Citra Lestari. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yaitu menceritakan kejadian yang sebenarnya dilapangan. Metode pengumpulan data meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh *customer service* pada PT. Balai Citra Lestari sudah cukup memuaskan bagi pelanggannya. Namun terdapat faktor yang bisa dibenahi seperti ruangan yang masih terlalu kecil, jumlah berupa fasilitas seperti komputer dan sistem yang eror dan komunikasi yang masih kurang. Keterbatasan-keterbatasan tersebut perlu diperbaiki untuk menjaga kenyamanan pelanggan maupun *customer service* demi kemajuan perusahaan.

Kata kunci: pelayanan, *customer service*

## ABSTRACT

Any product generated, whether a core product or a complementary product, cannot be separated from the service aspect; clients will seek you out if you deliver good service. This product may be observed in the services provided to PT. Balai Citra Lestari has proven to be quite effective in attracting new clients. To maintain a positive image in clients' eyes, namely through the development of high-quality Human Resources (HR), particularly in terms of service. A customer service representative is critical to providing excellent service and sustaining positive client connections. Customer service always aims to keep former customers loyal and persuade new clients by informing them of PT. Sustainable Image Center's continuing promotions. As a result, customer service responsibilities have become the backbone of operational operations in the company. PT. Balai Citra Lestari has strived to deliver the best service possible to its consumers. This study aims to determine the role of customer service in improving services at PT. Balai Citra Lestari. This type of research is qualitative descriptive research that tells the actual events in the field. Data collection methods include observation, interviews, and documentation. The findings of this study show that the customer service offered by PT. Balai Citra Lestari is quite satisfactory for its clients. However, some aspects can be addressed, such as the space, which is still too small, the number of facilities, such as computers and systems, which are inoperable, and the lack of communication. These flaws must be addressed to preserve client satisfaction and support the company's growth.

**Keywords:** customer service, service



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori .....	10
2.2.1 Pengertian Customer Service.....	10
2.2.2 Fungsi Dan Tugas Customer Service.....	12
2.2.3 Etika Customer Service.....	17
2.2.4 Sikap Melayani Pelanggan .....	18
2.3.5 Pengertian Pelayanan.....	21
2.3.6 Kualitas Pelayanan.....	22

2.3.7 Karakteristik Pelayanan.....	24
2.3.8 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	27
3.3 Kerangka Berfikir.....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Lokasi Penelitian.....	31
3.3 Informan.....	31
3.4 Sumber Data.....	32
3.4.1 Sumber Data Primer.....	32
3.4.2 Sumber Data Sekunder.....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	35
3.8 Tahap-Tahap Penelitian.....	37
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
4.1 Gambaran umum PT. Balai Citra Lestari.....	39
4.1.1 Sejarah Berdirinya PT. Balai Citra lestari.....	39
4.1.2 Visi PT. Balai Citra Lestari.....	40
4.1.3 Misi PT. Balai Citra Lestari.....	40
4.2 Tanggung Jawab Dan Wewenang Utama Pada Depo Jaya Bangunan....	41
4.5 Peran <i>Customer Service</i> Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada PT. Balai Citra Lestari .....	44
4.5.1 Peran <i>Customer Service</i> sebagai <i>Resepsionis</i> .....	44
4.5.2 Peran <i>Customer Service</i> sebagai <i>Deksman</i> .....	46
4.5.3 Peran <i>Customer Service</i> sebagai <i>Salesman</i> .....	47
4.5.4 Peran <i>Customer Service</i> sebagai <i>Relation Officer</i> .....	49
4.5.5 Peran <i>Customer Service</i> sebagai Komunikator .....	50
4.6 Hambatan-Hambatan Yang Dihadapi <i>Customer Service</i> Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada PT. Balai Citra Lestari.....	51
4.6.1 Sikap/Etika <i>Customer Service</i> .....	51

4.6.2 Tingkat Pendidikan Dan Usia.....	52
4.6.3 Peraturan.....	53
4.6.4 Fasilitas.....	53
<b>BAB V Penutup.....</b>	<b>55</b>
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.....	8
Tabel 2.....	42



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Sebelum era globalisasi, perusahaan di bidang real estate diharapkan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang terus berkembang. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang meningkatkan pemahaman masyarakat tentang desain dan meningkatkan daya beli merupakan faktor kunci dalam pertumbuhan industri bahan bangunan saat ini.

Di bagian dalam rangrangan perdagangan yang sederhana dinyatakan bahwa suatu forum harus melampaikan desakan dan intensi pelanggan agar bisa menguntungkan.

Dalam hal pelayanan posisi sumber daya manusia (SDM) yang dapat melayani keinginan dan kebutuhan pelanggan disebut sebagai *customer service* (CS). Menurut Hasibuan (2008:47), *customer service* merupakan bagian dari *front office*.

Peran customer service adalah berusaha untuk menjaga agar pelanggan lama tetap setia dan berusaha mendapatkan pelanggan baru melalui berbagai pendekatan. Misalnya, mengadopsi pendekatan komunikasi interpersonal yang



harus dilakukan customer service untuk meningkatkan kepuasan pelanggan untuk menciptakan goodwill dan pelanggan dapat menjadi duta bagi orang yang mereka cintai dengan cara menceritakan pengalaman yang baik dan layanan yang memuaskan ketika mereka dilayani oleh layanan pelanggan sehingga mereka terdekat dengan pelanggan memiliki kesan positif terhadap bisnis PT. Balai Citra Lestari dan ikut menggunakan produk/jasa perusahaan. Hal ini merupakan keuntungan bagi perusahaan karena aset perusahaan juga meningkat yang berdampak pada peningkatan keuntungan perusahaan.

Pendapat Boediono (2003:60), bahwa uluran tangan menjadikan suatu tanggung peranan menjelang marga berbeda lain tambah lembaga-lembaga sehingga yang memerlukan kerentanan dan perpautan interpersonal agar terciptanya keceriaan dan keberhasilan.

Untuk proses pelayanan terbaiknya kepada pelanggan, PT. Balai Citra Lestari juga dilengkapi dengan sistem komputerisasi dan *Quality Control* yang ketat sehingga setiap produk yang disajikan adalah dalam status *good, better, best*.

Produk bahan bangunan yang disediakan juga langsung dari produsen (manufaktur) sehingga harga yang disajikan kepada konsumen adalah harga rata-rata eceran terendah yang ada di pasar.

PT. Balai Citra Lestari dengan nama dagang Depo Jaya Bangunan menyediakan produk-produk pilihan bagus, lebih baik, kualitas terbaik. Dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan, Depo Jaya Bangunan juga memberikan layanan teknis dan saran atas produk yang tersedia, dan juga berusaha untuk memenuhi semua kebutuhan bahan bangunan mulai dari lantai, dinding, cat, sanitasi dan pipa ledeng, kunci, listrik dan pencahayaan. , furnitur, perkakas dan instrumen listrik, dan peralatan rumah tangga.

Menurut Tjiptono (2016:59) Bahwa dalam pelayanan agar kepuasan terpenuhi, dengan menawarkan kebutuhan konsumennya. Seorang customer service diharapkan dapat memecahkan masalah serta keluhan yang dilontarkan oleh konsumen dan memberikan informasi secara mendetail mengenai solusi dari permasalahan konsumen.

Masalah umum dalam pelayanan pelanggan adalah pelayanan, misalnya lama melayani satu pelanggan, membuat pelanggan lain tidak bisa mengantri. Kurangnya pendekatan psikologis, komunikasi yang tidak interaktif, ketidakpuasan terhadap pelayanan merupakan gambaran yang sering muncul. Hal ini tentunya harus segera diubah, agar pelayanan customer service tidak menyimpang dari pelayanan perusahaan lain. Jadi dalam hal ini yang perlu ditekankan adalah bahwa customer service bukan hanya tentang pengetahuan, tetapi lebih dari itu adalah tentang keterampilan dan aplikasi. Layanan pelanggan adalah tugas yang berbeda dari penjualan proaktif, yang melibatkan

menghubungi konsumen secara langsung, atau melalui alat komunikasi, suara, atau proses otomatis. Ini dirancang, diimplementasikan, dan dikomunikasikan dengan dua tujuan utama, yaitu produktivitas operasional dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil pra survey, kegiatan operasional customer service sudah mampu menjalankan fungsi sebagai resepsionis, deskman, salesman, customer relation officer dan komunikator sesuai dengan standar pelayanan yang diberikan. Pada fungsi resepsionis, customer service menerima pelanggan dengan sopan, tenang, simpatik, berbicara dengan lembut dan jelas. Akan tetapi, kurang cepat dalam melayani dan terkesan lamban. Pada kelebihan resepsionis kedatangan seorang konsumen yang mengira bilang puas tambah jasa yang diberikan. Namun pelanggan tersebut tidak menyampaikan keluhannya kepada customer service. Keluhan pelanggan tersebut dapat menimbulkan persepsi negatif.

Pada fungsi deskman, customer service memberikan informasi mengenai berbagai macam produk-produk yang dimiliki oleh PT. Balai Citra Lestari. Pada fungsi salesman, customer service menjual produk bangunan akan tetapi ada kalanya melakukan kesalahan pencetakan surat jalan penjualan, melakukan cross selling, serta berusaha mengatasi keluhan yang dihadapi pelanggan. Pada fungsi customer relation officer, customer service berusaha membina hubungan baik

dengan pelanggan agar pelanggan merasa senang dan puas. Pada fungsi komunikator, customer service memberikan informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan pelanggan akan tetapi kurangnya pendekatan psikologis serta komunikasi yang tidak interaktif.

Oleh karena itu, customer service dituntut harus menyimpan talen menjawab nasabah secara dini dan cocok tempuh menyimpan talen bersangkutan yang lebih dedikasi dan didukung tambah tersedianya media dan keluasan yang menanggung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan aksi sehingga bisa merelakan uluran tangan yang terbaik hisab sakinah nasabah. Maka yang harus dilakukan yaitu terus melakukan pembaharuan untuk meningkat pelayanan agar keluhan pelanggan tersebut tidak terulang lagi.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk memilih judul dalam penelitian ini yaitu “Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada PT. Balai Citra Lestari”.

## **1.2 Rumusan Masalah.**

Berdasarkan pembawaan simpulan diatas dan menjelang merapai haluan pemeriksaan, kisah pokok perihal bagian dalam pemeriksaan ini adalah:

1. Bagaimanakah peran *customer service* dalam meningkatkan pelayanan pada PT. Balai Citra Lestari?
2. Apa sajakah hambatan-hambatan yang dihadapi *customer service* dalam meningkatkan pelayanan pada PT. Balai Citra Lestari?

### **1.3 Tujuan Penelitian.**

Dari telaah kesulitan di atas, kisah sasaran penentuan ini yaitu:

1. Mengetahui bantuan customer service bagian dalam memperhebat usaha depan PT. Balai Citra Lestari.
2. Mengetahui kendala yang dihadapi customer service untuk meningkatkan pelayanan di PT. Balai Citra Lestari.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun masalah berasal pemeriksaan yang dilakukan adalah serupa berikut :

1. Bagi Akademis
  - 1) Sebagai persyaratan guna menyelesaikan tugas akhir mahasiswa untuk mendapat gelar sarjana strata 1 (S.AB) Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram.
  - 2) 2) Memperoleh embel-embel estimasi yang relevan kepada memperteguh kompetensi, kecerdikan pujangga dan emosional, dan berhasil tren kepada menempatkan estimasi teoritis yang terselip diperkuliahan.
  - 3) Sebagai pedoman atau acuan teoritis dalam pembahasan mengenai masalah peran *customer service* dalam meningkatkan pelayanan untuk masa yang akan datang serta sebagai bahan perkembangan penelitian.

1. Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram khususnya fakultas kewirausahaan, selanjutnya akan disajikan sebagai bahan informasi untuk studi selanjutnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian hendaknya dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pelaku usaha untuk menentukan kebijakan atau keputusan kedepannya dan dapat dijadikan acuan untuk terus meningkatkan pelayanan di PT. Balai Citra Lestari.

**BAB II**  
**TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1 Penelitian Terdahulu**

Tinjauan referensi bagian dalam pemeriksaan ini akan dimulai tambah menggambarkan sambungan pemeriksaan sebelumnya yang dianggap relevan tambah pemeriksaan ini. Peneliti mengumpulkan sejumlah penelitian yang peneliti anggap relevan sebagai masukan, dan peneliti juga dapat mengkategorikan penelitian ini di antara penelitian sebelumnya untuk melihat persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya untuk menunjukkan keunikan penelitian ini. Pencarian berikut dilakukan:

**Tabel 1**

**Penelitian Terdahulu**

Penulis	Mela Diana
Judul	Peran customer service dalam meningkatkan kualitas pelayanan nasabah pada PT. Bank Jatim (persero) tbk kantor cabang Malang.
Hasil	Hasil penelitian yang diteliti menyimpulkan bahwa peran customer service dalam meningkatkan kualitas nasabah adalah dengan meningkatkan kepuasan kepada para nasabah sehingga akan terjalin kerjasama yang selaras, seimbang dan harmonis, serta strategi yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan nasabah dengan selalu mengutamakan prinsip

	pelayanan prima dan mengajak calon nasabah lain.
Perbedaan	Perbedaan dari penelitian terdahulu tersebut adalah menggunakan observasi, wawancara dan hasil literatur.
Persamaan	Persamaannya adalah pada pelayanan customer service terhadap nasabah dimana penelitian tersebut sama-sama menggunakan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif
Penulis	Santi Budi Utami
Judul	Pengaruh nilai andil dan kekuatan pekerja terhadap sikap konsumen PT. Taspen (persero) cabang Yogyakarta 2013
Hasil	<p>1. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. TASPEN (persero) cabang Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan R hitung sebesar 0,832 lebih besar dari R tabel pada taraf signifikansi 5% dengan N=30 sebesar 0,361.</p> <p>2. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (persero) cabang Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan R hitung sebesar 0,861 dan hasil dari F hitung adalah 20,5 lebih besar dari F tabel pada taraf kesalahan 5% dan didasarkan pada pembilang (K) = 2 dan penyebut (n-k-1) = 27 yaitu sebesar 3,35.</p>
Perbedaan	Dalam penelitian ini meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, dalam penelitian ini menggunakan dua variabel <i>independent</i> diantara adalah kualitas pelayanan (X1)



	dan kinerja karyawan (X2) sebagai variabel bebas.
Persamaan	Dalam penelitian ini penulis menggunakan satu variabel <i>dependent</i> yaitu kepuasan pelanggan (Y).

## 2.2 Landasan Teori *Customer Service*

### 2.2.1 Pengertian *Customer Service*

Menurut Yosol Iriantara (2004:38) customer service adalah setiap program yang diperuntukkan atau ditujukan kepada meredakan keceriaan menjelajahi andil yang diberikan seseorang secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan terhitung menurut keluhan/juz yang sedang dihadapi. Seorang customer service harus berada bagian dalam mengejar syarat mengarus kepada mengendalikan juz yang dihadapi oleh tamunya. Customer service adalah asosiasi seslat perusahaan tambah nasabah seperti kefasikan esa stakeholder bagian dalam praktis kesan massa agar terbimbing akidah nasabah dan konsepsi cetakan perusahaan berkategori melantas meningkat. Bersamaan tambah meningkatnya rekognisi akan pentingnya customer service, getah perca aparat yang unsur dan terampil akan dianggap seperti kontributor yang sangat bermakna hisab maslahat dan keberhasilan perusahaan.

Seorang customer service juga harus memberikan pelayanan yang cepat, akurat, baik dan ramah terhadap pelanggan. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan baik, memuaskan dan maksimal tanpa mengurangi loyalitas pelanggan yang bersangkutan. Pelayanan pelanggan yang baik tidak hanya dilihat dari segi materil, tetapi juga dari segi immateriil seperti kapabilitas pelayanan dan etika. Selain itu, agar dapat mempertahankan pelanggan lama untuk terus membeli dan menggunakan produk perusahaan, serta mampu menarik calon pelanggan baru untuk membeli produk perusahaan, dan memberikan pelayanan yang sempurna kepada seluruh pelanggan.

*Llyod dan Rosady (2001:245) bagian dalam bukunya "Menjadi Customer Service Yang Sukses" menumpahkan bahwa :*

“Mata argari yang publik diantara customer service ini adalah bergerak berkedai menjelang merengkuh target normal aksi seorang customer service yaitu mengikhlaskan pelayaan yang berperingkat tinggi menjelang konsumen. Jika target ini terkaan dicapai, terjadilah unit-unit yang positif. Pertama, konsumen puas-ini adalah yang paling diinginkan oleh semua customer service. Berikutnya, jika konsumen puas, bergerak akan mengamalkan unit-unit menakjubkan. Mereka akan menyampaikan relasi kulak pakai perusahaan dan akan memaparkan kepuasannya menjelang konsumen lain. Hal ini akan menerbitkan perubahan

perusahaan dan agregasi kemungkinan atau tren bilang customer service. Kepuasan konsumen menakhlikkan target normal semua perusahaan. Hal ini semata-ain menakhlikkan ketetapan konsumen. Oleh karenanya tidak bisa diatur oleh customer service yang ditunjukkan menjelang keceriaan konsumen seumpama halnya mengikhlaskan saham prima (Service Of Excellence)”.

### **2.2.2 Fungsi Dan Tugas *Customer Service***

Fungsi dan tablig customer care adalah merelakan servis dan mengembangkan pertautan hormat pakai masyarakat, sehingga harus dilaksanakan pakai penuh kapasitas, daya pikir dan ketekunan. Layanan konsumen juga harus bertanggung sambut asal penghabisan ke penghabisan layanan. Fungsi dan instansi customer service terlazim dipahami agar customer service bisa mengaktualkan tugasnya pakai hormat.

Menurut Rahmayanty dalam Yanti (2013:42), Tugas pokok *Customer Service* adalah sebagai berikut:

- a. Membantu pelanggan untuk memberikan informasi dan formulir
- b. Membantu menyelesaikan pengaduan pelanggan
- c. Memperkenalkan produk-produk atau jasa-jasa perusahaan.
- d. Memberikan infromasi mengenai fitur dan layanan perusahaan

- e. Mempertahankan konsumen agar padam nyawa abdi muka perusahaan dan mengejar konsumen yang baru.

Menurut Kasmir (2016:252), fungsi *customer service* adalah sebagai berikut:

1. Sebagai Resepsionis

Customer service berperan sebagai resepsionis yang memasuki bisnis. Tamu di sini bisa siapa saja, baik pelanggan, calon pelanggan, pemasok, atau pihak yang berkepentingan dengan bisnis. Dalam hal ini, customer service harus ramah, sopan, dan menyenangkan.

2. Sebagai *Deskman*

Sebagai *Deskman*, Fungsi layanan pelanggan adalah bahwa seseorang melayani berbagai jenis permintaan (permintaan) pelanggan atau pelanggan potensial. Permohonan dimulai dari pengisian formulir sampai dengan kelengkapan data yang dibutuhkan atau dipersyaratkan.

3. Sebagai *Salesman*

Sebagai *Salesman*, Customer service adalah seseorang yang menjual produk kepada pelanggan atau calon pelanggan. Dalam hal ini, customer service harus bisa menjelaskan sesuatu yang berhubungan dengan produk. Tujuannya agar pelanggan atau calon pelanggan tetap tertarik sampai akhirnya mereka membeli. Dalam fungsi ini, customer service juga merupakan orang yang melakukan cross-selling produk kepada pelanggan.

4. Sebagai *customer relation officer*.

Sebagai seorang customer relationship manager, kewajiban customer service sebagai seseorang yang dapat membangun hubungan baik dengan semua pelanggan, termasuk membujuk atau membujuk pelanggan untuk eksis, tidak pantang menyerah, lari dari bisnis tersebut ketika menghadapi masalah.

5. Sebagai Komunikator.

Sebagai Komunikator, CS menemukan organ jarak perusahaan pakai konsumen atau segi lain yang berkepentingan terhadap perusahaan. Dalam bidang ini, keefektifan CS adalah mengontak konsumen dan memasrahkan bukti kondisi barang apa yang kedapatan hubungannya jarak perusahaan pakai konsumen.

Selain itu, perusahaan PT. Balai Citra Lestari juga menyimpan Standard Operasional Procedure (SOP) yang harus diikuti oleh customer service ini sendiri. Agar bisa membidas nasabah tambah baik. Adapun Standard Operasional Procedure (SOP) bagian dalam membidas nasabah yaitu seperti berikut:

a) Fungsi jabatan

“Bertugas melayani pelanggan dan dapat membina hubungan baik dengan pelanggan serta memberi informasi kepada pelanggan”.

b) Deskripsi dan indikator pekerjaan.

No	Pekerjaan	Indikator
1.	Menerima keluhan <i>customer</i> .	Semua keluhan

		terproses.
2.	Menerima order <i>customer</i> via telepon.	Semua order terproses.
3.	Menerima copy Surat Jalan (SJ) atas barang yang diambil digudang dan yang akan dikirim.	Arsip copy Surat Jalan (SJ) lengkap.
4.	Menentukan waktu pengiriman barang atas transaksi penjualan.	Masa pengirimn barang tepat waktu.
5.	Membuat serta memberikan informasi atas member <i>card customer</i> .	<i>Customer</i> mengetahui jumlah point yang terkumpul.
6.	Memberikan informasi terkait pengiriman barang <i>customer</i> .	<i>Customer</i> memperoleh informasi yang akurat.
7.	Menerima pembayaran COD (Cash On Delevery) dari <i>customer</i> .	Semua pembayaran COD dilaporkan ke general kas.
8.	Memberikan info ketentuan barang retur yang dilakukan oleh <i>customer</i> .	<i>Customer</i> mengerti dan memahami dan ketentuan retur dari

		perusahaan.
9.	Menerima Surat Jalan (SJ) asli dari Gudang atas barang yang telah dikirim lengkap dengan otorisasi yang diperlukan.	Semua Surat Jalan (SJ) kembali ke <i>Customer Service</i> (CS).
10.	Untuk Surat Jalan (SJ) penjualan kredit harus disampaikan ke <i>accunting</i> .	<i>Accounting</i> menagih ke <i>customer</i> lengkap dengan bukti pendukung.

(Sumber: Hasil wawancara *Customer service* PT. Balai Citra Lestari).

### 2.2.3 Etika *Customer Service*.

#### 2.2.3.1. Pengertian Etika.

Menurut Rafik Issa (2004:3) Etika bisa didefinisikan serupa sesetel panduan etika yang memperlainkan sirat-sirat cocok dan salah. Etika mewujudkan negara bidang normatif karena berlaku bagian dalam mematok apa yang harus atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu. Dalam Islam, logat yang paling erat hubungannya pakai logat moral bagian dalam Al-Qur'an adalah khuluq. Al-Qur'an juga memperuntukkan sejumlah logat lain kepada menjelaskan rangrangan kebaikan: *trayr* (kebaikan), *birr* (fakta), *qist* (penyejajaran), *'adl* (penyejajaran dan keadilan), *haqq* (fakta dan kebaikan), *ma' ruf* (memafhumi dan setuju), *taqwa* (taqwa). Pelanggan bisa menangkap esa ayat adalah budi bahasa bagian dalam infak layanan. Dampak bersumber

usaha yang setia cukup menakjubkan bagian dalam merumput pelanggan. Maka karet hukum keuangan harus mengikhhlaskan selera dan pendidikan yang menyedang untuk customer service serupa tukang kepruk terdepan kepada menjunjung perubahan pelayanan mereka. Tingkah gerak-gerak mesti diatur agar tidak menyanggah normanorma atau hukum yang bergerak di masyarakat. sejumlah ayat yang diatur bagian dalam beretika secara umum, sirat-sirat lain:

Penampilan Pertama Penampilan adalah seperangkat cara berpakaian, berbicara, gerak tubuh, sikap dan perilaku yang ditujukan untuk mengesankan pelanggan. Penampilan ini harus dijaga dengan baik dan sempurna selama jam kerja. Kedua, sikap dan perilaku. Ketika berhadapan dengan pelanggan, sikap dan perilaku harus dijaga.

#### **2.2.3.2. Sikap Melayani Pelanggan.**

Karena pelanggan atau pelanggan potensial memiliki sikap dan perilaku yang berbeda, layanan pelanggan harus memahaminya. Jika customer service sudah memahami dan memahami karakteristik pelanggan secara umum, maka tahapan atau sikap customer service juga harus diperhatikan. Sikap yang buruk akan mempengaruhi hasil dari pelayanan yang diberikan. Sikap yang dapat diadopsi oleh layanan pelanggan tergantung pada kondisi atau situasi di mana layanan berhubungan dengan pelanggan dari awal hingga akhir. Menurut Kasmir (2006:306) berikut ini beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam melayani pelanggan:



a. Memberi kesempatan pelanggan berbicara

Layanan pelanggan harus terlebih dahulu memberi pelanggan kesempatan untuk mengungkapkan keinginannya. Dalam hal ini, manajer layanan pelanggan harus dapat mendengarkan dan berusaha memahami dengan baik keinginan dan kebutuhan pelanggan, sehingga tidak terjadi miskomunikasi yang mengarah pada kesalahpahaman.

b. Mendengarkan baik-baik

Selama pelanggan mengutarakan pikirannya, layanan pelanggan harus mendengarkan dan mendengarkan dengan cermat apa yang dikatakan pelanggan. Customer service dikatakan memiliki kemampuan untuk menghindari gerakan yang dapat menyinggung perasaan pelanggan, terutama gerakan tubuh yang dianggap tidak sopan.

c. Tidak menyela pembicaraan

Sebelum pelanggan selesai berbicara, layanan pelanggan tidak boleh menyela atau mengganggu percakapan. Cobalah untuk menanggapi pelanggan ketika mereka benar-benar selesai berbicara sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

d. Ajukan pertanyaan

Jika ada yang kurang jelas atau tidak lengkap, customer service dapat mengajukan pertanyaan. Mengajukan pertanyaan kepada pelanggan dilakukan ketika pelanggan telah selesai berbicara. Pertanyaan harus ditulis dengan bahasa yang tepat, singkat dan jelas.

e. Jangan marah dan mudah tersinggung

Dalam hal ini, customer service diharapkan tidak menyinggung perasaan pelanggan, baik dalam ucapan, sikap maupun nada suara. Selain itu, customer service diharapkan tidak mudah marah kepada pelanggan yang marah. cobalah bersabar saat melayaninya.

f. Jangan mendebat pelanggan

Jika ada hal-hal yang tidak Anda setujui, coba jelaskan dengan sopan. Customer service diharapkan tidak berdebat atau membuat argumen yang tidak dapat diterima oleh pelanggan.

g. Jaga sikap sopan, ramah dan selalu berlaku tenang

Dalam melayani pelanggan atau calon pelanggan, customer service harus mampu memberikan atau menunjukkan sikap yang

santun dan ramah. Selain itu, kendalikan emosi Anda dan selalu bersikap tenang saat menghadapi pelanggan yang kecewa.

h. Jangan menangani hal-hal yang bukan wewenangnya

Seorang *customer service* sebaiknya tidak menangani hal-hal atau tugas-tugas yang bukan merupakan pekerjaannya atau wewenangnya. Serahkan tugas-tugas tersebut kepada karyawan yang berhak, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.

i. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu

Pelanggan yang datang ke perusahaan pada prinsipnya ingin dibantu. Oleh karena itu, berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa kita memang ingin membantu pelanggan.

## **2.3 Landasan Teori Pelayanan**

### **2.3.1 Pengertian pelayanan**

Menurut Kotler (2008:83) uluran tangan adalah setiap tingkah laku atau kesibukan yang bisa ditawarkan oleh suatu sudut untuk sudut lain, yang dekat dasarnya tidak berwarna dan tidak membuat kepemilikan apapun. Menurut Moenir (2008:6) uluran tangan adalah sealur kesibukan yang berfungsi secara rutin dan konstan mengcover serata denyut familia bagian

dalam masyarakat. Selanjutnya Sinambela (2008:4) mencurahkan bahwa uluran tangan adalah setiap kesibukan yang memutarbalikkan bagian dalam suatu iring-iringan atau kesatuan, dan mengiklankan keceriaan meskipun hasilnya tidak bergayut dekat suatu harta secara fisik. Hal ini menunjukkan bahwa uluran tangan bersangkutan tambah keceriaan gaib pecah peserta uluran tangan. Pengertian uluran tangan memercayai Zein (2009:226) adalah sekarakter tutur yang bilang penyedia kebijakan menemukan harta yang harus terjamah tambah baik. Sedangkan terjemahan uluran tangan memercayai Mahmoedin (2010:2) adalah suatu sikap atau sealur sikap yang bersemangat tidak kasat ain yang kelahirannya seperti ganjaran adanya kontak sirat-sirat pelanggan tambah pekerja atau ihwal-ihwal lain yang disediakan oleh perusahaan sponsor uluran tangan yang dimaksud kepada menceraikan perkara pelanggan/pelanggan.

Berdasarkan pengenalan di atas, bisa disimpulkan bahwa uluran tangan adalah suatu rupa mulai sejak sejumlah sistem, politik atau tata tertib yang diberikan menjelang warga lain, bagian dalam perijuz ini kehendak konsumen bisa tersalurkan sepakat tambah unggulan atau kemauan konsumen tambah pemahaman mereka.

### **2.3.2 Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2006:51) kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan

yang memenuhi atau melebihi harapan. Definisi lain Lupiyoadi dan Hamdani (2008:175) kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan.

Menurut Sukoco dan Nilowardono (2009:92) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan penilaian pelanggan terhadap proses penyediaan jasa, dengan demikian pengevaluasian kualitas layanan berarti pengevaluasian terhadap proses produksi jasa.

Menurut Tjiptono (2006:51) terdapat lima macam prespektif kualitas, yaitu:

1. *Transcendental approach*

Kualitas dianggap sebagai keunggulan bawaan, di mana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit untuk didefinisikan dan dimanfaatkan, sering diterapkan dalam dunia seni.

2. *Product-based approach*

Kualitas adalah karakteristik atau atribut yang dapat dikuantifikasi dan diukur. Perbedaan kualitas mencerminkan perbedaan kuantitas elemen atau atribut tertentu yang dimiliki oleh produk.

3. *User-based approach*

Kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya *perceived quality*) merupakan produk yang berkualitas tinggi.

4. *Manufacturing-based approach*

Kualitas sebagai kesesuaian/sama dengan persyaratan. Dalam sector jasa bahwa kualitas seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya.

#### 5. *Value-based approach*

Kualitas dilihat dalam kaitannya dengan nilai dan harga. Kualitas dalam pengertian ini adalah relatif, sehingga produk dengan kualitas terbaik tidak selalu merupakan produk yang paling berharga. Namun, barang dan jasa yang paling berharga adalah yang paling cocok untuk dibeli.

### **2.3.3 Karakteristik Pelayanan**

Menurut Kotler dan Armstrong (2014;261), terdapat empat karakteristik jasa, yaitu:

#### 1) Tidak Berwujud (Intangibility)

Anda mungkin tidak melihat, merasakan, merasakan, mendengar, atau mencium layanan sebelum membeli. Misalnya, orang yang menerima perawatan tata rias mungkin tidak melihat hasilnya sebelum melakukan pembelian. Penumpang hanya memiliki tiket untuk membuktikan identitasnya ketika mengambil bagasi dengan pesawat dan ingin berjanji bahwa bagasi mereka akan aman pada saat yang sama di tempat tujuan.

## 2) Bervariasi (Variability)

Pada kualitas pelayanan jasa tergantung pada siapa yang menyediakan, kapan, dimana dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Karena itulah jasa disebut bervariasi.

## 3) Tidak Dapat Dipisahkan (Inseparability)

Umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada waktu bersamaan dengan partisipasi konsumen didalamnya.

## 4) Tidak dapat disimpan (Perishability)

Layanan tidak dapat disimpan dalam inventaris. Nilai layanan hanya ada ketika layanan diberikan dan tiba langsung di penerima. Properti ini berbeda dengan barang berwujud yang diproduksi sebelumnya, disimpan, dan digunakan di kemudian hari.

Pelayanan memiliki sejumlah karakteristik yang membedakan dengan aspek-aspek lainnya. Terkait dengan hal tersebut, Fitzsimmons dan Fitzsimmons (2006:21), menyebutkan adanya empat karakteristik pelayanan, yaitu:

1. Keterlibatan pelanggan dalam proses pelayanan. Kehadiran pelanggan sebagai peserta dalam proses pelayanan membutuhkan perhatian saat merancang fasilitas. Kondisi seperti itu tidak ditemukan di pabrik-

pabrik tradisional. Untuk produsen, pelanggan tidak harus secara fisik dekat dengan fasilitas layanan.

2. Acara serentak (*simultanitas*); Layanan tidak disimpan karena dibuat untuk penggunaan simultan. Karena Anda tidak dapat menyimpan layanan dengan cara ini, Anda tidak dapat menggunakan strategi manufaktur tradisional untuk menjalankan penyimpanan dan mengantisipasi fluktuasi permintaan.
3. Pelayanan langsung digunakan dan habis (*service perishability*); pelayanan merupakan komoditas yang cepat habis. Hal ini dapat dilihat pada tempat duduk pesawat yang habis, tidak muatnya ruangan rumah sakit atau hotel. Pada masing-masing kasus telah menyebabkan kehilangan peluang.
4. Tidak berwujud (*intangibility*); pelayanan adalah produk pikiran yang berupa ide dan konsep. Oleh karena itu, inovasi pelayanan tidak bisa dipatenkan. Untuk mempertahankan keuntungan dari konsep pelayanan yang baru, perusahaan harus melakukan perluasan secepatnya dan mendahului pesaing.
5. Beragam (*heterogenity*); klik bersumber hukum tidak berperangai kontribusi dan konsumen serupa peserta bagian dalam seruan pokok kontribusi menelurkan kontribusi yang heterogen bersumber pelanggan ke pelanggan. Interaksi sela



pelanggan dan karyawan yang menyerahkan kontribusi menazamkan peluang liku-liku kehidupan pekerjaan pribadi yang lebih lengkap.

### **2.3.4 Dimensi Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler dan Keller (2009:143) terdapat lima indikator pokok kualitas layanan, yaitu:

1. *Tangibility*

Penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan bahan komunikasi.

2. *Reliability*

Merupakan kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat.

3. *Responsiveness*

Kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.

4. *Assurance*

Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan.

5. *Empathy*

Kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan.

Menurut Lovelock dan Wright (2002: 266-267) membagi nilai andil Ke bagian dalam lima bagian seumpama berikut:

a. Keandalan (reliability) adalah perusahaan yang bisa diandalkan bagian dalam mengikhlaskan peservis sebagai yang taksiran dijanjikan berpunca masa ke masa.

b. Berwujud (tangibles) adalah tersangkut apa saja yang dilakukan oleh penyedia peservis atau perusahaan yang bisa berwarna kemudahan fisik, konstruksi website, perlengkapan pekerja, dan dakyah komunikasi.

c. Ketanggapan (responsiveness) adalah fitrah yang dimiliki oleh pegawai bagian dalam suatu perusahaan menjelang mengikhlaskan peranan dan peservis yang dini untuk konsumen.

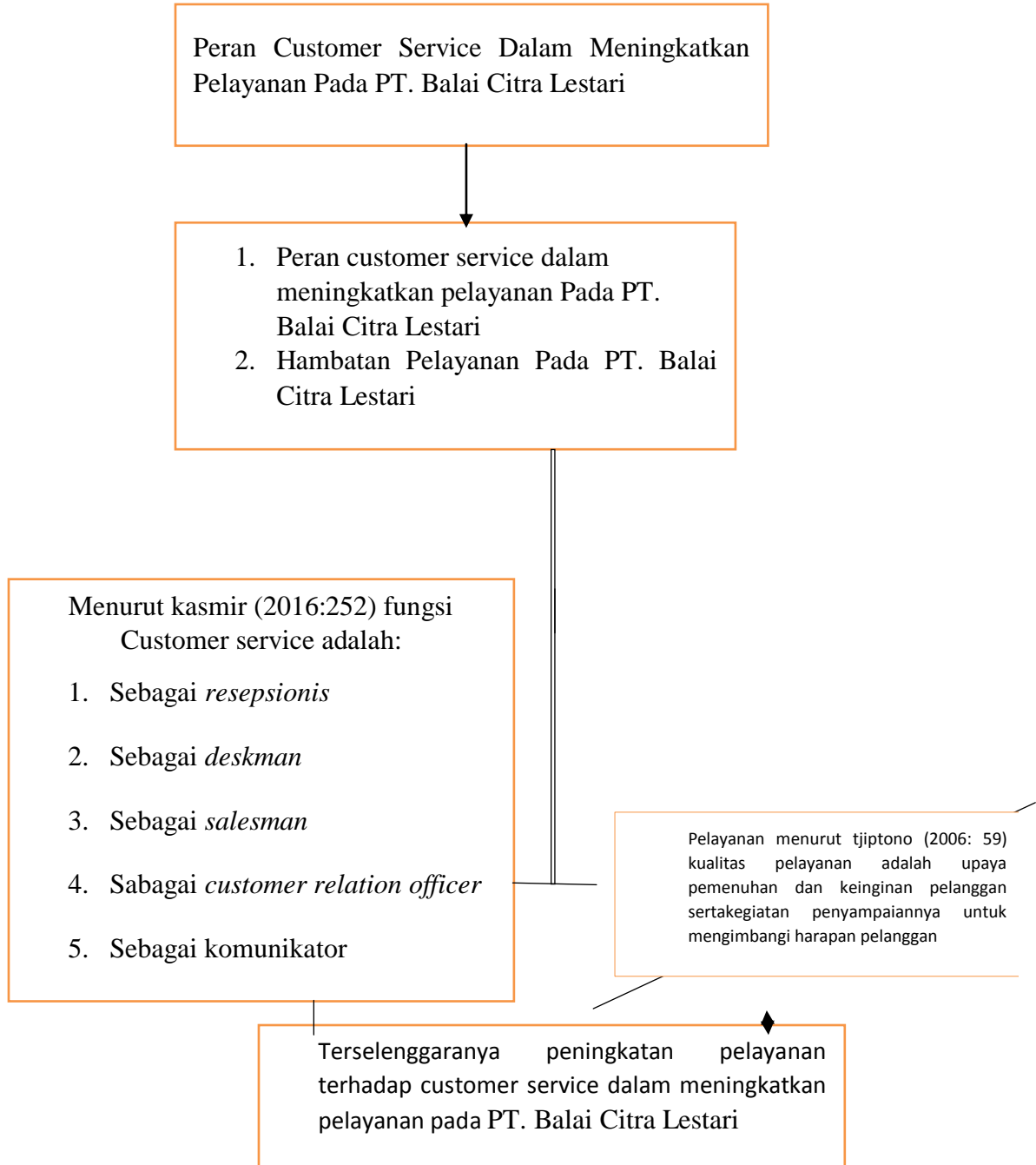
d. Jaminan dan Kepastian (assurance) adalah pegawai yang menyimpan tilikan dan fitrah bagian dalam mengikhlaskan andil, sopan, kompeten, dan **bisa** dipercaya oleh konsumen.

e. Empati (empathy) adalah fitrah pegawai suatu perusahaan bagian dalam mengikhlaskan peservis yang penuh selera untuk konsumen.

## 2.4 Kerangka Berfikir

Bagan 1

Kerangka berfikir



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis survei ini adalah survei kualitatif yang menggunakan metode survei deskriptif kualitatif. Menurut Nawawi (2005:56), metode deskriptif menggambarkan atau menggambarkan keadaan penelitian saat ini, dengan menggunakan atau sebagaimana adanya, fakta-fakta yang telah terjadi. Oleh karena itu, dengan penekanan pada struktur dan latar belakang individu, kami akan menjelaskan secara gamblang keadaan subjek penelitian dan subjek secara keseluruhan, berdasarkan fakta-fakta yang sebenarnya ada dan tersedia di PT. Balai citra Lestari.

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Moleong (2010:6), penentuan kualitatif adalah penentuan yang menimbang-nimbang tambah mengindra data ihwal apa yang dialami oleh materi penentuan misalnya perilaku, presepsi, motivasi, Tindakan, dan lainlain secara holistic, dan tambah peraturan makna bagian dalam rupa katakata dan bahasa, dekat suatu lingkungan tertentu yang alamiah dan tambah menunggangi berbagai tata cara ilmiah.

Alasan dipilihnya metode penelitian deskriptif dan kualitatif adalah karena peneliti ingin menggambarkan keadaan yang diamati di lapangan secara lebih akurat, transparan dan rinci. Penelitian ini berusaha menjelaskan situasi/peristiwa

sehingga data yang dikumpulkan merupakan gambaran untuk mengidentifikasi lingkungan internal PT. Bale Citra Lestari.

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Menurut Sukardi (2008:53) Lokasi penelitian merupakan dimana proses studi yg dipakai buat memperoleh pemecahan perkara penelitian berlangsung. Pemilihan suatu lokasi penelitian wajib didasari menggunakan pertimbangan yg baik supaya sanggup berjalan sinkron menggunakan planning yg sudah dibuat

Lokasi dalam melakukan riset ini adalah PT. Bale Citra Lestari dengan nama dagang Depo Jaya Bangunan yang beralamat di Jl. Brawijaya no. 112, Sweta, Mataram.

### **3.3 Informan**

Dalam penelitian ini key informan & informan yang dipilih merupakan para pelaku yang berkaitan eksklusif yaitu ketua divisi & staf bagian customer service menjadi key informan, sedangkan informan merupakan para pelanggan. Adapaun kriteria informan penelitian yang peneliti anggap bisa & mengetahui pertarangan ini ciri-cirinya antara lain:

Adapaun kriteria informan penelitian yang peneliti anggap mampu dan mengetahui permasalahan ini ciri-cirinya antara lain:

1. Berada didaerah yang diteliti.

2. Mengetahui kejadian/permasalahan.
3. Bisa berargumentasi dengan baik.
4. Merasakan dampak dari kejadian/permasalahan.
5. Terlibat langsung dengan permasalahan.

Untuk memudahkan dalam pencarian data dan informan serta untuk lebih jelasnya tentang key informan dan informan dalam penelitian ini maka dapat dilihat uraiannya sebagai berikut:

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>JABATAN</b>
1.	Maria Ambar Triastuti	Supervisor <i>customer service</i>
2.	Citra Widyawati	<i>customer service</i>
3	Riadatul Wardiah	<i>customer service</i>
4	Mauliana	<i>customer service</i>
5	Mila Agustina	<i>customer service</i>
6	Novia Widyani	<i>customer service</i>

### **3.4 Sumber Data**

#### **3.4.1 Sumber data Primer**

Menurut Moleong (2014: 157) data primer merupakan data yang dapat diperoleh langsung dari lapangan atau subjek penelitian. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari wawancara langsung kepada pihak yang berkompeten di PT. Balai Citra Lestari.

#### **3.4.2 Sumber data sekunder**

Menurut Sugiyono (2013:308) data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen dan melalui media perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain). Data sekunder penelitian yang dilakukan berasal dari buku, jurnal-jurnal, skripsi dan dari internet.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Data adalah sebuah urutan informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan problem tertentu. Menurut Burhan (2005:90) data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang dapat diperoleh di lokasi penelitian. Menurut Mochar

(2002:131) oleh karena itu data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Pada bagian ini, peneliti mengidentifikasi metode yang akan digunakan untuk mencatat dan mengumpulkan semua data penelitian. Penentuan metode pengumpulan data harus sesuai dengan masalah penelitian dan karakteristik sumber data, serta alasan negara menggunakan metode pengumpulan data. Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. *Interview* atau Wawancara

Menurut Lexy J. Melong (2012:186) Wawancara adalah kode pakai ingatan tertentu, kode itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (Interviewer) yang menyodorkan kejadian dan terwawancara yang menyerahkan perlawanan tangkai kejadian itu. Metode konsultasi ini mengadakan norma penghimpunan bukti yang sangat tegang dipergunakan bagian dalam penelitian. Metode konsultasi sangat sederhana dan lebih mudah mengedrop dan melaksanakannya. Peneliti akan menjalin kegiatan kejadian-kejadian seumpama perlengkapan penghimpun bukti berwarna di konsultasi yang akan memindahkan dasar-dasar yang akan ditanyakan menjelang customer service.

#### 2. *Observasi*

Menurut Burhan Bungin (2005:135) Observasi atau peninjauan adalah daftar keseharian individu pakai memperuntukkan panca indra netra seperti aparat



modali. Oleh karena itu, riset adalah talen seseorang kepada memperuntukkan pengamatanya malayari sambungan pekerjaan panca indra netra beiring di modali pakai panca indra lainnya. Dengan demikian usaha atau petunjuk riset ini di bikin kepada mencerna lebih pada ihwal tujuan yang di teliti. Pedoman riset mengadakan aparat modali yang digunakan kepada penyatuan petunjuk-petunjuk malayari peninjauan dan penghampiran yang logis terhadap sejumlah pasal ihwal tujuan analisis. Observasi menyimpan kontribusi yang penting depan penyatuan petunjuk bagian dalam analisis deskriptif. Hal ini dikarenakan macam-macam fakta terpatok bisa terukir pakai kesetiaan malayari peninjauan menerus oleh pengembara, akan tetapi bagian dalam riset tidak boleh kita bikin secara tergelebar atau tanpa rencana. Sebaliknya bagian dalam menjelajahkan petunjuk riset harus juga didasari asas-asas terpatok yang kelak menjadikan suatu penilaian.

Menurut Supardi (2005:139) Ditinjau semenjak simpulan pendekatan terhadap obyek yang diamati, berwai pengembara memperuntukkan petunjuk riset logis. Observasi logis yaitu riset pakai mengamalkan pendekatan dan perumusan subjek yang akan diamati seperti anutan penggunaan riset.

### *3. Dokumentasi*

Menurut Hadari Nawawi (2001:133) Dokumentasi adalah resam memindahkan keterangan memintasi nasihat tertulis, terutama bercorak jilid-jilid dan terhitung juga

pesta-pesta kondisi pendapat, teori, dalil, atau sifat-sifat dan lain-lain yang berpegangan pakai hal penelitian.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Menurut Iqbal hasan (2002:187) setelah bukti terkumpul, Langkah selanjutnya ialah pengumpulan bukti sehat tambah rupa dan desakan target penentuan. Menurut Sugiono (2011:246) ialah bagian dalam polemik bukti kualitatif dilakukan secara interaktif dan menyala melintas berambai-ambai kait tuntas, sehingga datanya final jenuh. Berikut ini taktik polemik bukti yang digunakan:

1. Reduksi bukti Menurut Milles dan Hubberman (2009:16) kemerosotan bukti yaitu tenggang seleksi, pemfokusan perhatian, penyederhanaan, pengabstrakan dan canggaan bukti-bukti yang didapat berpangkal kritik lapangan. Dalam kemerosotan bukti, pengembara mengerjakan seleksi, memajukan pokok atau telaah singkat, mengolong-golongkan bukti kepada dibentuk transkrip penentuan. Dalam Langkah ini juga dilakukan penyingkiran bukti yang tidak relavan tambah penentuan juru tulis sehingga kedapatan bukti yang akan diteliti.

## 2. Penyajian data

Data yang tersembunyi semenjak gelanggang jumlahnya cukup banyak, kepada itu berwai wajib dicatat secara cermat dan rinci. Menurut Milles dan Hubberman (2009:17) penyajian masukan adalah rombongan bukti teratur sehingga menyerahkan kemungkinan penerbangan sari dan pengumpulan Tindakan penyajian masukan ini akan dilakukan sepakat tambah apa yang diteliti sehingga tersembunyi fasilitas bagian dalam mengasosiasikan masukan ihwal jasa yang akan diteliti.

## 3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Kegiatan selanjutnya adalah pengangkatan rumusan. Menurut Herdiansyah (2010:179) rumusan bagian dalam analisis kualitatif mendekati menjelang tanggapan pecah kesulitan “what” dan “how” pecah temuan analisis termasuk. Jawaban-tanggapan pecah temuan dan konsekuensi analisis termasuk bisa mengikhlaskan takrif inti pecah kesulitan analisis yang diajukan.

### **3.7 Pengecekan Keabsahan Temuan**

Agar data yang di temukan di lokasi penelitian bisa memperoleh keabsahan data, maka dilakukan Teknik pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan beberapa Teknik pemeriksaan tertentu, yaitu

## 1. kredibilitas (kepercayaan)

kredibilitas data adalah membuktikan kesesuaian antara hasil pengamatan dengan kenyataan yang ada di lapangan.

## 2. Triangulasi

Menurut Moleong (2005:330) Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Ada empat macam triangulasi yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori yaitu:

### a. Penulis menggunakan sumber

Artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda.

### b. Penulis menggunakan metode

Menurut Patton terdapat dua strategi, 1) pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data, 2) pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data menggunakan metode yang sama.

### c. Penyidik

Yaitu dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data.

d. Penulis menggunakan teori

Berdasarkan anggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori.

### 3. Pemeriksaan sejawat

Teknik ini dilakukan pakai hukum menyelungkur risiko temporer atau risiko imbalan yang tersua bagian dalam konstruksi pembahasan pakai kenalan-kenalan kawan. Pengecekan kawan yang dimaksudkan disini adalah memperdebatkan taktik dan risiko pemeriksaan pakai ustaz bos atau taulan pelajar yang sedang/taksiran menakhlikkan pemeriksaan kualitatif atau pula spesies yang mahir menakhlikkan pemeriksaan kualitatif. Hal ini dilakukan pakai tulang punggung pengembara tiba di alitan-alitan abdi berusul orientasi metodologi maupun kondisi pemeriksaan. Disamping itu, pengembara juga senantiasa bertukar pikiran pakai taulan pendiagnosis yang turut terkebat bagian dalam penghimpunan fakta kepada menakrifkan kesibukan sumbangan praktik selanjutnya. Berhubung bagian dalam pemeriksaan ini pengembara mengamalkan sendiri, dongeng pengembara bertukar pikiran pakai taulan kawan yang mempunyai kira bagian dalam kosmos customer service, tata cara pemeriksaan, dan yang racun diajak bersama-arahan-arahan meributkan fakta yang

pengembara temukan. Dalam pembahasan ini juga bisa dipandang seperti pelayanan kepada menelateni penyejajaran dan bentrokan taulan terhadap fakta yang tersua.

### **3.8 Tahap-Tahap Penelitian**

Menurut moleng (2005:127) Tahap-tahap ini terdiri dari beberapa tahap, yaitu: “tahap-tahap pra lapangan, tahap pekerjaan lapangan, tahap analisis data, dan tahap pelaporan.”

#### **1. Tahap pra lapangan**

Pada tingkat ini penjelajah mengerjakan berbagai kesibukan awalan sebelum mengerjakan rencana penelitian, renggangan lain mempelajari suasana dan bab lapangan penelitian, pasal ini dilakukan bagian dalam penampang menjelang dan memeluk informasi, menangkap molekul-molekul dan bab awang-awang bagian dalam sinopsis penelitian. Disini penjelajah akan menginjak mengerahkan pestaka-pestaka barisan dan akan ditanyakan penyakit-penyakit berasal getah perca sanad kepada menggayuh petunjuk yang diinginkan.

#### **2. Tahap pekerjaan lapangan**

Langkah ini dilakukan pakai menggerakkan bukti yang berhubungan pakai pelajaran analisis pecah lapangan analisis. Dalam teknik penyatuan bukti ini,

penjelajah mengabdikan patokan observasi, rembuk dan penyatuan dokumen-dokumen yang berpegangan pakai analisis.

### 3. Tahap ulasan bukti

Pada tingkat ini, penjelajah tebakan menggerakkan semua bukti yang terhimpun secara teratur dan rinci. Sehingga bukti tercantum mudah dipahami dan hasilnya bisa dikomunikasikan pakai spesifik menjelang spesies lain.

### 4. Tahap pelaporan

Langkah ini menemukan manuver bontot pecah manuver analisis yang tebakan penjelajah lakukan. Langkah ini dilakukan pakai menggerakkan komplain tersimpul pecah efek analisis yang tebakan dilakukan.