

---

## PERAN KUALITAS LAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT LANCAR BERKAH BERLIMPAH JAWA TIMUR

Cindy Puspita Sari

2020110261@students.perbanas.ac.id

Ikhwan Kolid

Lutfi

Univesitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya

---

### ABSTRACT

*Improving service quality is very important to achieve customer satisfaction which is the goal of providing services. Therefore, improving service quality must be carried out consistently to improve service quality. The purpose of this research is to determine the level of service quality at PT Lancar Berkah Berlimpah, to determine the level of customer satisfaction at PT Lancar Berkah Berlimpah, to analyze the obstacles faced by PT Lancar Berkah Berlimpah in improving service quality, to find out the strategies used to increase customer satisfaction at PT LBB. The data collection method used by the author is through documentation and interviews. Meanwhile, the data is analyzed using qualitative descriptive analysis which describes the circumstances or conditions that actually occur at the object under study. The results of the research show that the quality of service regarding customer satisfaction at PT LBB is very good with a score of 4.04, while customer satisfaction is very satisfied with a score of 4.55. so, it can be concluded that customers at PT LBB are very satisfied with the services provided. Then the strategy used to increase customer satisfaction is by prioritizing customer needs and desires and providing ample opportunities for customers.*

*Keywords: service, quality, satisfaction.*

### ABSTRAK

Meningkatkan kualitas layanan sangat penting untuk mencapai kepuasan pelanggan yang merupakan tujuan dari pemberian pelayanan. Oleh karena itu, perbaikan kualitas pelayanan harus dilakukan secara konsisten untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kualitas layanan pada PT Lancar Berkah Berlimpah, untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada PT Lancar Berkah Berlimpah, untuk menganalisis kendala yang dihadapi PT Lancar Berkah Berlimpah dalam meningkatkan kualitas layanan, untuk mengetahui strategi yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT LBB. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah melalui dokumentasi dan wawancara. Sedangkan data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang menggambarkan keadaan atau kondisi yang sebenarnya terjadi pada objek yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT LBB sangat baik dengan skor 4.04 sedangkan kepuasan pelanggan sangat puas dengan skor 4.55. jadi, dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT LBB sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan. Lalu strategi yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memprioritaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan memberikan kesempatan luas pada pelanggan.

Kata kunci: pelayanan, kualitas, kepuasan.

### PENDAHULUAN

Persaingan dunia bisnis pada era globalisasi saat ini sangat meningkat dan mem-

bawa dampak sangat besar bagi perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia. Oleh karena itu, pasar menjadi terbuka luas dan

semakin lebar peluang namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menurut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan lain. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat menyediakan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan pelayanan pelanggan yang sangat baik, sehingga akan muncul kepuasan dalam benak pelanggan dan diharapkan akan membawa dampak positif bagi perusahaan dan menguntungkan perusahaan (Saputra, 2020).

Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana seseorang senang atau kecewa dengan kinerja atau hasil yang dirasakan dari suatu produk dalam kaitannya dengan harapannya (Tjiptono, 2019). Tujuan dari pemberian layanan adalah untuk memuaskan pelanggan, dan melakukan hal ini membutuhkan peningkatan kualitas layanan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas layanan, perbaikan harus dilakukan secara konsisten. Kepuasan pelanggan didapat dari terpenuhinya harapan pelanggan terhadap suatu pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Pelanggan akan merasa tidak puas dan kecewa jika pelayanan yang diterimanya di bawah harapan sedangkan pelanggan senang atau puas jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.

PT Ganani Indonesia Petroleum Energy memudahkan konsumen BBM industri dengan siap melayani penjualan di luar Jabodetabek dengan membuka cabang di Jawa Timur khususnya yang berlokasi di Gresik yaitu PT Lancar Berkah Berlimpah. PT Lancar Berkah Berlimpah adalah merupakan transportir yang memasarkan Bahan Bakar Minyak (BBM) nonsubsidi di Gresik. PT Lancar Berkah Berlimpah melayani semua permintaan dari konsumen dan berkomitmen untuk selalu menjunjung kualitas dan kepuasan pelanggan sesuai dengan visi misi perusahaan yang memberikan terbaik untuk pelanggan. Kebutuhan pelanggan

adalah yang utama, dan karena menyediakan layanan adalah tanggung jawab mendasar dari bisnis apa pun, itu menuntut pertimbangan dan manajemen yang cermat. Akibatnya, perusahaan secara konsisten memberikan kualitas yang lebih tinggi dan mengutamakan kebutuhan pelanggannya.

Hal utama yang diperhatikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada jasa transportir Bahan Bakar Minyak (Bio Solar) adalah menjaga kualitas dan kuantitas produk, ketepatan waktu pengiriman, dan menjaga kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan secara maksimal. Kapasitas perusahaan jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan diukur dari kualitas layanannya (Adhari, 2021). Menurut Permatasari (2022), terdapat konsep pelayanan prima (*excellent service*) yaitu: sikap (*attitude*), kemampuan (*ability*), perhatian (*attention*) tindakan (*action*) tanggung jawab (*accountability*), penampilan (*appearance*), dan simpati (*sympathy*).

Persaingan di industri perminyakan sangat meningkat dan membawa dampak sangat besar dalam pasar juga dalam persaingan harga yang diberikan oleh pelanggan dan kualitas produk. Produk Bahan Bakar Minyak (BBM) industri semakin bervariasi dan berbeda-beda disetiap perusahaan. Dengan banyaknya perusahaan dan produk BBM industri yang ada menuntut masyarakat untuk semakin selektif memilih perusahaan dan produk BBM industri, untuk mendapatkan jaminan produk proteksi yang berkualitas. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Razi (Legalitas di PT Lancar Berkah Berlimpah) mengatakan bahwa terdapat pelanggan mengalami tidak sesuai kualitas produk yang dikirim dengan sampel produk yang ditunjukkan oleh perusahaan distributor BBM lain. Dengan kejadian tersebut ketika konsumen berpindah untuk berlangganan di PT Lancar Berkah Berlimpah, pada awalnya konsumen tersebut ragu terhadap kualitas produk PT Lancar Berkah Berlimpah dengan kejadian yang dialami sebelumnya saat berlangganan pada perusahaan distributor BBM lain. Dari

keraguan pelanggan tersebut, PT Lancar Berkah Berlimpah memberikan jaminan sesuai dengan SOP pelayanan jika kualitas produk yang dikirim tidak sesuai dengan sampel produk yang ditunjukkan.

Produktivitas dan inovasi dibutuhkan dalam lingkungan persaingan yang ketat untuk meningkatkan kualitas layanan. PT Lancar Berkah Berlimpah berkomitmen untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan memberikan pelayanan terbaik. Dapat disimpulkan dengan melihat kualitas layanan yang ditawarkan oleh perusahaan dan mengetahui respon (umpan balik) dari pelanggan, dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat ditentukan dari tingkat kinerja yang dirasakan oleh pelanggan di PT Lancar Berkah Berlimpah. Maka peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dalam memenuhi Tugas Akhir dengan judul “Peran Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT Lancar Berkah Berlimpah Jawa Timur”.

Untuk mencapai suatu tujuan yang jelas serta memperoleh jawaban yang sesuai dengan apa yang diharapkan, maka perumusan masalah dalam suatu penelitian diperlukan untuk memudahkan bagi peneliti. Dengan membatasi permasalahan yang akan ditelitinya. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka perumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah: (1) Bagaimana tingkat kualitas layanan pada PT Lancar Berkah Berlimpah?, (2) Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan pada PT Lancar Berkah Berlimpah?, (3) Apa kendala yang dihadapi PT Lancar Berkah Berlimpah dalam meningkatkan kualitas layanan?, (4) Bagaimana strategi yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT Lancar Berkah Berlimpahh Jawa Timur?.

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui tingkat kualitas layanan pada PT Lancar berkah Berlimpah. (2) Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada PT Lancar berkah Berlimpah. (3) Untuk menganalisis kendala yang diha-

dapi PT Lancar Berkah Berlimpah dalam meningkatkan kualitas layanan. (4) Untuk mengetahui strategi yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT Lancar Berkah Berlimpah.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas Layanan**

Menurut Adhari (2021), kualitas pelayanan dibedakan menjadi dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Tingkat kualitas layanan bervariasi dan mudah beradaptasi daripada konstan atau tidak fleksibel. Perubahan ini terdiri dari peningkatan standar layanan ke tingkat yang lebih tinggi dari sebelumnya (Indrasari, 2019).

Kualitas layanan adalah evaluasi konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dibandingkan dengan tingkat layanan yang diharapkan (Zikri dan Harahap, 2022). Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan baik dan memuaskan. Pelanggan yang puas dengan pembelian mereka lebih cenderung kembali dan menjadi pelanggan setia.

Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai fokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan sementara juga tepat waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Layanan mengacu pada semua jenis layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada klien selama klien hadir (Arianto, 2018).

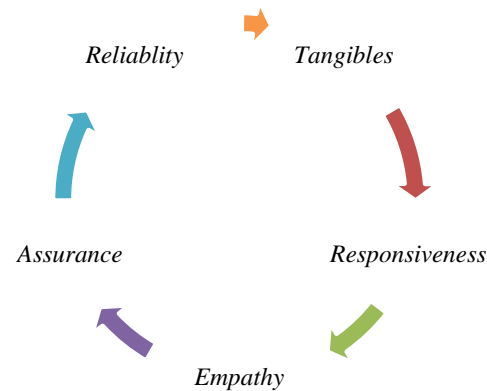
Kualitas sebuah penyedia jasa dikatakan baik jika jasa yang diberikan sebanding dengan apa yang pelanggan harapkan. Akibatnya, mencapai kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dan apa yang disediakan. Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan terutama berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta menjaga akurasi pengiriman untuk memenuhi harapan pelanggan.

### **Indikator Kualitas Pelayanan**

Mengukur kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan, perlu diketahui

dimensi atau indikator yang digunakan oleh pelanggan dalam menilai pelayanan, dimana 5 (lima) indikator kualitas layanan tersebut di antaranya yaitu sebagai berikut (Bambang, 2013): a) Berwujud (*tangibles*) yaitu kemampuan perusahaan untuk menunjukkan keberadaannya kepada pihak ketiga. Penampilan, fasilitas, dan infrastruktur fisik perusahaan, serta kondisi lingkungan sekitarnya, merupakan indikator yang jelas dari layanan yang diberikan oleh penyedia layanan. b) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan seakurat dan andal seperti yang dijanjikan. Untuk memuaskan pelanggan, kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, yang berarti ketepatan waktu, layanan yang sama kepada semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan akurasi tinggi. c) Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu Kebijakan yang mengutamakan pendampingan pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu kepada pelanggan dengan memberikan informasi yang jelas dan sederhana. d) Jaminan dan kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). e) Empati (*emphathy*) yaitu pelanggan harus diberikan perhatian yang tulus dan individual atau pribadi dengan memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Dimana sebuah perusahaan diharapkan dapat mengerti dan mengenal pelanggannya.

Terdapat keterkaitan antara kelima indikator kualitas pelayanan. Pada gambar 1 menunjukkan uraian tentang indikator kualitas pelayanan.



**Gambar 1**  
**Indikator Kualitas Pelayanan**

Sumber: Bambang (2013)

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen berasal dari perbandingan kinerja aktual terhadap harapan dan evaluasi pengalaman mengkonsumsi produk atau jasa, dan merupakan evaluasi dimana yang dipilih memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan muncul jika hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan (Minarti dan Segoro, 2014).

Perusahaan yang bergerak di bidang layanan (jasa), kepuasan pelanggan merupakan bagian dari indikator dari keberhasilan atau hasil kinerja yang diinginkan. Untuk mencapai tujuan organisasi secara legal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika, *Performance* atau kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian (Afandi, 2018).

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana seseorang merasa bahwa harapannya telah terpenuhi setelah membandingkan kinerja dan hasil (Sunyoto, 2015). Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan: jika kinerja jauh dari harapan, mereka akan kecewa; jika kinerja memenuhi harapan, mereka akan puas; dan jika kinerja melebihi harapan, mereka akan sangat puas.

Menurut Tjiptono (2014), kepuasan konsumen adalah evaluasi pasca pembelian terhadap persepsi kinerja produk atau jasa alternatif yang dipilih untuk memenuhi atau melampaui harapan. Jika kinerja produk atau layanan melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Apabila persepsi terhadap kinerja atau hasil yang tidak memenuhi harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Oleh karena itu pelanggan yang senang dengan produk dan layanan yang mereka terima dan lebih dimungkinkan konsumen akan membeli kembali barang tersebut.

Menjaga kepuasan pelanggan dan berkomunikasi dengan pelanggan secara teratur akan menumbuhkan hubungan positif, yang akan meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang. Namun, Perusahaan harus berhati-hati untuk tidak terjebak dalam keyakinan bahwa pelanggan harus puas dengan biaya berapa pun (Rifa'i, 2019). Tidak semua pelanggan sama-sama berharga bagi perusahaan. Beberapa pelanggan berhak atas perlakuan istimewa, perhatian, dan layanan. Tidak peduli berapa banyak perhatian yang kita berikan kepada mereka atau seberapa puas mereka, beberapa pelanggan yang memilih untuk tidak memberikan umpan balik.

### Strategi Pelayanan Pelanggan

*Total Quality Service* adalah industri jasa turunan dari TQM, dengan konsep inti bahwa peningkatan kualitas layanan perusahaan membutuhkan komitmen dan kesadaran semua tingkatan pekerjaan di perusahaan, dan bahwa bisnis ini harus dilakukan terus menerus sepanjang waktu dalam rangka meningkatkan penjualan dan pangsa pasar. Proses organisasi untuk memenuhi dan melampaui kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen. Konsep TQS berfokus pada lima bidang, yaitu: a) Fokus pada pelanggan, sangat penting untuk mengidentifikasi pelanggan anda. Setelah itu, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi atau meneliti kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka. b) Keterlibatan total, keterlibatan total mengandung arti komitmen total. Manajemen harus

mendorong perbaikan kualitas bagi semua karyawan dan menunjukkan kualitas bagi semua karyawan dan menunjukkan kualitas bagi semua karyawan dan menunjukkan kualitas kepemimpinan yang bisa memberikan inspirasi positif bagi organisasi yang dipimpinnya. c) Pengukuran atau *measurement*, penting untuk mengembangkan langkah-langkah mendasar, baik internal maupun eksternal untuk organisasi dan pelanggannya. d) Dukungan sistematis, manajemen bertugas mengawasi proses jaminan kualitas dengan membangun infrastruktur kualitas yang terkait dengan struktur manajemen internal dan menghubungkan kualitas ke sistem manajemen yang ada seperti perencanaan strategi, evaluasi kinerja, pengakuan, penghargaan dan promosi karyawan, dan komunikasi. e) Perbaikan berkesinambungan, setiap orang bertanggung jawab untuk melihat semua pekerjaan sebagai proses, mengantisipasi perubahan kebutuhan, memenuhi permintaan dan harapan pelanggan, membuat perbaikan bertahap, mengurangi waktu siklus, dan mendorong umpan balik positif tanpa rasa takut atau khawatir (Suparman *et al.*, 2019).

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dimana suatu fenomena dideskripsikan dengan menggunakan metode ilmiah berupa kalimat dan bahasa. Subjek dalam penelitian ini adalah PT Lancar Berkah Berlimpah, metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi.

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner tertutup, karena responden hanya tinggal memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*, yakni skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat

dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2018).

Penulis memperoleh data melalui kuesioner tertutup dengan jumlah responden sebanyak 31 orang yang dibagikan saat penelitian berlangsung. Deskripsi data mengenai kualitas layanan yang mengacu Bambang (2013), terdiri dari yang mencakup berwujud (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), empati (*emphathy*), jika skala penilaian yang ingin dibentuk berjumlah 5, dimana skor terendah 1 dan skor tertinggi adalah 5, maka skala interval skor pemanfaatan dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Interval Skor} &= \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Interval}} \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Jadi jarak setiap titik adalah 0,8 sehingga diperoleh kriteria penilaian yang disajikan pada tabel 1.

**Tabel 1**  
**Interval Skor**

Interval Skor	Kesimpulan	
	Kualitas Layanan	Kepuasan Pelanggan
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas
>1,80 – 2,60	Tidak Baik	Tidak Puas
>2,60 – 3,40	Cukup Baik	Cukup Puas
>3,40-4,20	Baik	Puas
>4,20-5,00	Sangat Baik	Sangat Puas

*Sumber: Data diolah, 2023*

Sedangkan analisis data digunakan dengan membandingkan data yang diperoleh di lapangan dengan teori, prinsip, dan gagasan yang dikumpulkan dalam penelitian pustaka, kemudian diklasifikasikan, diteliti, dan telah digunakan untuk menjawab masalah yang telah dirumuskan dengan menggunakan landasan teori untuk mencapai suatu kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kualitas Pelayanan pada PT Lancar Berkah Berlimpah

PT Lancar Berkah Berlimpah membuat rencana dan strategi layanan berdasarkan kebutuhan pelanggan, dengan tetap memperhatikan kualitas dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di PT Lancar Berkah Limpah mempengaruhi kepuasan pelanggan; Jika kualitas pelayanan yang diberikan baik, maka dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan menjadi salah satu syarat keberhasilan suatu produk di perusahaan. Beberapa aspek untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dalam bidang jasa termaksud pelayanan PT Lancar Berkah Berlimpah telah teridentifikasi, dapat dilihat pada tabel 2

*Reliability* di sini dapat diartikan sebagai PT Lancar Berkah Berlimpah menjaga standar kualitas pelayanan dengan melayani dengan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat waktu serta memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga kegiatan pekerjaan yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang lebih atas pelayanan yang diterima oleh pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian pada faktor *reliability* langsung diartikan pada PT Lancar Berkah Berlimpah mempunyai karyawan yang sigap dan cepat melayani pelanggan dan dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, hal tersebut juga disampaikan oleh salah satu pelanggan PT Lancar Berkah Berlimpah melalui hasil kuesioner yang dikategorikan sangat baik dengan skor 4.31, maka bisa disebutkan bahwa PT Lancar Berkah Berlimpah dinilai konsisten dalam menjaga kualitas layanan, maka akan dipertimbangkan dalam membentuk kepuasan pelanggan.

**Tabel 2**  
**Kualitas Pelayanan**

<b>Komponen</b>	<b>Hasil</b>						
	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Skor</b>	<b>Kesimpulan</b>
<b>Reability (Keandalan)</b>							
1 Pegawai PT Lancar Berkah Berlimpah sigap dalam melayani pelanggan.	0	0	0	71%	29%	4.29	Sangat Baik
2 Pegawai PT Lancar Berkah Berlimpah dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen.	0	0	0	58%	42%	4.42	Sangat Baik
3 Pelayanan pegawai PT Lancar Berkah Berlimpah tepat waktu.	0	0	0	77%	23%	4.23	Sangat Baik
				Rata-rata		4.31	Sangat Baik
<b>Responiveness (Daya tanggap)</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Skor</b>	<b>Kesimpulan</b>
1 Pegawai PT Lancar Berkah Berlimpah merespon keluhan pelanggan dengan cepat.	0	0	0	87%	13%	4.13	Baik
2 Pegawai PT Lancar Berkah Berlimpah dapat menyelesaikan keluhan pelanggan.	0	0	16%	65%	19%	4.03	Baik
3 Pegawai PT Lancar Berkah Berlimpah menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap pelanggan.	0	0	16%	58%	26%	4.10	Baik
				Rata-rata		4.09	Baik
<b>Assurance (Jaminan)</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Skor</b>	<b>Kesimpulan</b>
1 Pelanggan merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi di PT Lancar Berkah Berlimpah.	0	0	13%	68%	19%	4.06	Baik
2 Pegawai PT Lancar Berkah Berlimpah memberikan dukungan dan kerjasama dengan pelanggan.	0	0	13%	58%	29%	4.16	Baik
3 Pegawai PT Lancar Berkah Berlimpah memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan pelanggan.	0	0	13%	71%	16%	4.03	Baik
				Rata-rata		4.09	Baik
<b>Emphathy (Perhatian)</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Skor</b>	<b>Kesimpulan</b>
1 Pegawai PT Lancar Berkah Berlimpah di melayani dengan ramah/senyum.	0	0	29%	58%	13%	3.84	Baik
2 Pegawai PT Lancar Berkah Berlimpah memberikan Sapaan kepada konsumen.	0	0	52%	45%	3%	3.52	Baik
3 Pegawai PT Lancar Berkah Berlimpah memberikan perhatian individual kepada para konsumennya.	0	0	13%	48%	39%	4.26	Sangat Baik
				Rata-rata		4.09	Baik
<b>Tangibility (Bukti fisik)</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Skor</b>	<b>Kesimpulan</b>
1 Kondisi ruangan PT Lancar Berkah Berlimpah di tertata rapi, dan bersih.	0	0	48%	32%	19%	3.71	Baik
2 Penampilan dari pegawai PT Lancar Berkah Berlimpah rapi.	0	0	45%	55%	0%	3.55	Baik
3 Kondisi Peralatan dan kendaraan PT Lancar Berkah Berlimpah layak.	0	0	0	68%	32%	4.32	Sangat Baik
				Rata-rata		4.26	Baik
				Total rata-rata skor		<b>4.04</b>	<b>Baik</b>

Sumber: Data diolah, (2023)

**Responsiveness (Daya Tanggap)**

Faktor *responsiveness* di sini dapat diartikan bahwa jenis layanan memiliki reaksi yang baik dengan memberikan penjelasan yang bijaksana, menyeluruh, membimbing dan membujuk untuk menangani segala bentuk proses dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif. Berdasarkan hasil penelitian pada faktor *responsiveness* langsung diartikan pada PT Lancar Berkah Berlimpah bahwa karyawan bekerja dengan tanggap, melayani keluhan pelanggan dengan baik, menyelesaikan keluhan pelanggan, dan memberikan kesabaran dan perhatian terhadap pelanggan, dan cepatnya respon dari pihak perusahaan akan memberikan pengaruh dalam terbentuknya kepuasan pelanggan, hal tersebut juga disampaikan oleh salah satu pelanggan PT Lancar Berkah Berlimpah melalui hasil kuesioner yang dikategorikan baik dengan skor 4.09, Para karyawan dipilih dan diajarkan untuk memberikan pelayanan yang baik, jika karyawan bersikap sopan, ramah maka para pelanggan pasti akan merasa senang dan puas dalam menerima pelayanan dari PT Lancar Berkah Berlimpah.

**Jaminan (Assurance)**

Jaminan adalah jenis jaminan layanan yang memastikan mereka yang menerimanya lebih puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan layanan yang diberikan akan selesai dan diselesaikan. Berdasarkan hasil penelitian pada faktor *assurance* langsung diartikan pada PT Lancar Berkah Berlimpah bahwa memberikan dukungan dan kerjasama dengan pelanggan, kemampuan karyawan memberikan kepercayaan terhadap jaminan kualitas, jaminan kuantitas, dan jaminan waktu kepada pelanggan yang diberikan akan merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi di PT Lancar Berkah Berlimpah dan memberikan kesediaan informasi kepada pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan, hal tersebut juga disampaikan oleh salah satu pelanggan PT Lancar Berkah Berlimpah melalui hasil

kuesioner yang dikategorikan baik dengan skor 4.09, maka bisa disebutkan bahwa PT Lancar Berkah Berlimpah dapat memberikan jaminan ke pelanggan agar puas.

**Empathy (Perhatian)**

*Empathy* dalam hasil kuesioner mendefinisikan penekanan sebagai kegiatan pelayanan yang memerlukan pemahaman dan kesepahaman dalam kebersamaan, asumsi atau kepentingan dalam suatu hal yang berhubungan dengan jasa. Jika setiap pihak yang terlibat layanan memiliki adanya rasa empati (*Empathy*) dalam menyelesaikan atau mengurus dan memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan, semuanya akan berjalan lebih mudah dan efisien. Berdasarkan hasil penelitian pada faktor *Empathy* langsung diartikan pada PT Lancar Berkah Berlimpah melayani dengan ramah dan baik terhadap pelanggan, memberikan sapaan kepada pelanggan untuk kemajuan di PT Lancar Berkah Berlimpah, dan memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian, dan mengutamakan kepentingan pelanggan, hal tersebut juga disampaikan oleh salah satu pelanggan PT Lancar Berkah Berlimpah melalui hasil kuesioner yang dikategorikan baik dengan skor 3.87, Maka bisa disebutkan PT Lancar Berkah Berlimpah dapat meningkatkan pandangan positif melalui perhatian yang diberikan kepada pelanggan. Hal ini selanjutnya akan memberikan kepuasan yang lebih tinggi.

**Tangible (Bukti Fisik)**

*Tangible* dalam kualitas pelayanan mengacu pada aktualisasi fisik yang dapat diamati atau digunakan oleh karyawan atau pelanggan sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan untuk membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga mereka puas dengan pelayanan yang dirasakan, sekaligus juga menunjukkan prestasi kerja untuk penyediaan layanan yang diberikan. Berdasarkan hasil penelitian pada faktor *tangible* langsung diartikan bahwa PT Lancar Berkah Berlimpah sudah



mempunyai fasilitas dan kelengkapan sarana dan prasarana yang memadai, karyawan yang sudah berpenampilan rapi dan bersih, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang dibutuhkan, hal tersebut juga disampaikan oleh salah satu pelanggan PT Lancar Berkah Berlimpah melalui hasil kuesioner yang dikategorikan baik dengan skor 3.86, dengan adanya atribut tersebut yang memadai maka pelanggan menjadi terpuaskan karena yang diharapkan dalam pelayanan dapat tercapai dengan baik.

Hasil secara keseluruhan dari kuesioner yang telah dilakukan, menghasilkan bahwa kualitas pelayanan di PT Lancar Berkah Berlimpah diartikan baik, namun dari indikator-indikator kualitas pelayanan tersebut terdapat skor rendah yaitu pada indikator *emphathy* mengenai pegawai PT Lancar Berkah Berlimpah memberikan sapaan kepada pelanggan dengan jumlah skor terendah 3.52, hal ini perlu adanya evaluasi pada pegawai agar dapat meningkatkan kualitas layanan perusahaan kedepannya.

### **Kepuasan pelanggan pada PT Lancar Berkah Berlimpah**

Pelanggan dapat memahami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum: jika kinerja jauh dari harapan, konsumen akan kecewa; jika kinerja jauh dari harapan, pelanggan akan puas; jika kinerja jauh dari harapan, pelanggan akan puas; Dan jika kinerja jauh dari harapan, pelanggan akan sangat puas, senang, atau sangat bahagia. Perusahaan merancang dan mengelola sistem untuk menarik lebih banyak pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan agar pelanggan dapat mereka pertahankan.

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang sangat memuaskan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kesenjangan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Pelanggan akan kecewa jika kinerjanya jauh dari harapan. Pelanggan akan puas jika kinerjanya memenuhi harapan mereka. Pelanggan yang puas akan tetap setia untuk jangka waktu yang lebih lama, kurang sensitif terhadap harga, dan memberikan um-

pan balik positif terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat 2 (dua) variabel yaitu persepsi harga dan kualitas produk/layanan yang dapat dilihat pada tabel 3.

### **Persepsi Harga**

Persepsi harga yang terdapat 3 atribut yang ditinjau yaitu PT LBB menyediakan layanan dengan kualitas baik tapi harga yang wajar dibanding pesaingnya, harga yang ditawarkan PT LBB sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan, dan harga yang ditawarkan PT LBB sebanding dengan manfaat yang dirasakan pelanggan hal tersebut juga disampaikan oleh salah satu pelanggan PT Lancar Berkah Berlimpah dan hasil kuesioner yang dikategorikan sangat baik dengan skor 4.60. Harga yang ditawarkan PT Lancar Berkah Berlimpah pada pelanggan sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Menurut tanggapan responden, pelanggan merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan yang menunjukkan persetujuan yang kuat.

### **Kualitas Produk atau Layanan**

Pada variabel kualitas produk dan layanan terdapat 3 atribut yang ditinjau kualitas layanan yang tersedia di PT LBB lebih bagus daripada para pesaingnya, layanan yang ada di PT LBB sesuai dengan standar, dan semua layanan PT LBB sudah terjamin tidak adanya kerusakan, hal tersebut juga disampaikan oleh salah satu pelanggan PT Lancar Berkah Berlimpah melalui hasil kuesioner yang dikategorikan sangat baik dengan skor 4.49, kualitas produk/layanan yang diberikan PT Lancar Berkah Berlimpah dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, dari jawaban pelanggan merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan karena produk/pelayanan yang disediakan PT Lancar Berkah Berlimpah sangat memperhatikan kualitas produk/pelayanan agar kedepan perusahaan tersebut bisa lebih baik daripada sebelumnya.

**Tabel 3**  
**Kepuasan Pelanggan**

<b>Komponen</b>		<b>Hasil</b>						
<b>Persepsi Harga</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Skor</b>	<b>Kesimpulan</b>
1	PT Lancar Berkah Berlimpah menyediakan produk dengan kualitas baik tapi harga yang wajar dibanding pesaingnya.	0	0	0	45%	55%	4.55	Sangat Puas
2	Harga yang ditawarkan PT Lancar Berkah Berlimpah sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan.	0	0	0	29%	71%	4.71	Sangat Puas
3	Harga yang ditawarkan di PT Lancar Berkah Berlimpah sebanding dengan manfaat yang dirasakan konsumen.	0	0	1%	39%	58%	4.55	Sangat Puas
							Rata-rata	4.60 Sangat Puas
<b>Kualitas Produk / Layanan</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Skor</b>	<b>Kesimpulan</b>
1	Kualitas layanan yang tersedia di PT Lancar Berkah Berlimpah lebih bagus daripada para pesaingnya.	0	0	10%	58%	32%	4.23	Sangat Puas
2	Layanan yang ada di PT Lancar Berkah Berlimpah sesuai dengan standar	0	0	0	39%	61%	4.61	Sangat Puas
3	Semua layanan PT Lancar Berkah Berlimpah sudah terjamin tidak adanya kerusakan.	0	0	0	35%	65%	4.65	Sangat Puas
							Rata-rata	4.56 Sangat Puas
							Total rata-rata skor	4.55 Sangat Puas

Sumber: Data diolah, (2023).

Hasil secara keseluruhan dari kuesioner yang telah dilakukan, menghasilkan bahwa kepuasan pelanggan di PT Lancar Berkah Berlimpah diartikan sangat puas, namun dari indikator-indikator kepuasan pelanggan tersebut terdapat skor rendah dengan jumlah skor 4.23 pada indikator kualitas produk/layanan mengenai kualitas layanan yang tersedia di PT Lancar Berkah Berlimpah, hal ini perlu adanya evaluasi untuk lebih meningkatkan kualitas layanan agar kepuasan pelanggan terhadap perusahaan dapat meningkat kedepannya.

### **Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada PT Lancar Berkah Berlimpah**

Tingkat kualitas layanan di PT Lancar Berkah Berlimpah sebesar 4.04, yang dikategorikan baik. Strategi yang dimiliki oleh PT Lancar Berkah Berlimpah adalah sebagai berikut: fokus pada pelanggan dan keterlibatan total.

Menurut Suparman *et al.*, (2019), identifikasi pelanggan merupakan prioritas utama. Apabila sudah dilakukan maka langkah selanjutnya adalah mencari tahu apa yang mereka butuhkan dan inginkan saat ini. Pada strategi ini PT Lancar Berkah Berlimpah fokus pada pelanggan dengan

mempertahankan kualitas dan kuantitas produk kepada pelanggan, menjamin ketepatan waktu pendistribusian, dan memberikan pilihan jenis pembayaran dan tempo waktu pembayaran. PT Lancar Berkah Berlimpah memprioritaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan agar meningkatkan kepuasan pelanggan hingga melampaui harapan pelanggan. Hal ini dilihat dari hasil kuesioner yang menunjukkan sangat puas dengan skor 4.31, dari jawaban responden mengarah pada sangat setuju yang berarti pelanggan merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan dan memenuhi keinginan dan harapan pelanggan.

Menurut Suparman *et al.*, (2019), keterlibatan total mengandung arti komitmen total. Manajemen harus memiliki kesempatan untuk mengembangkan kualitas bagi semua karyawan dan menunjukkan kualitas bagi semua karyawan dan menunjukkan kualitas kepemimpinan yang bisa memberikan inspirasi positif bagi organisasi yang dipimpinya.

Pada strategi ini PT Lancar Berkah Berlimpah memberikan kesempatan luas pada pelanggan untuk menyampaikan keluhan dan saran dengan secara langsung ke karyawan (*marketing*) yang membawahi pemesanan dan melalui saluran telepon. Keluhan dan saran dari pelanggan akan memberikan masukan bagi perusahaan bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh pelanggannya dan segera memperbaiki kualitas pelayanan. PT Lancar Berkah Berlimpah harus memiliki inovasi-inovasi baru seperti inovasi produk dengan berkolaborasi menyediakan produk lainnya yang banyak dicari perusahaan saat ini untuk memenuhi kebutuhan pelanggan di dunia BBM Industri saat ini. Hal ini dilihat dari hasil kuesioner menunjukkan baik dengan skor 4.09, dari jawaban responden mengarah pada setuju yang berarti pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Strategi yang dilakukan PT Lancar Berkah Berlimpah sudah cukup efektif dan

sesuai dengan teori yang ada dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk mengoptimalkan strategi yang dimiliki PT Lancar Berkah Berlimpah dalam meningkatkan kepuasan pelanggan diperlukan dukungan dari pihak internal maupun pihak eksternal.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan sebelumnya menunjukkan kualitas pelayanan di PT Lancar Berkah Berlimpah dengan skor 4,04, artinya kepuasan pelanggan baik. PT Lancar Berkah Berlimpah memperoleh hasil sangat puas dengan skor 4,55. Jadi dapat disimpulkan bahwa peran kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Lancar Berkah Berlimpah sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan, sedangkan peran kualitas pelayanan PT Lancar Berkah Berlimpah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diartikan, jika semakin tinggi tingkat pelayanan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan PT Lancar berkah Berlimpah.

Kendala yang dihadapi oleh PT Lancar Berkah Berlimpah saat ini pelanggan membandingkan kualitas produk minyak dari PT Lancar Berkah Berlimpah dengan perusahaan pesaing. Maka dari itu perusahaan meningkatkan kualitas produk dengan kualitas yang menyamai/hampir sama dengan kualitas produk perusahaan pesaing. Selanjutnya PT Lancar Berkah Berlimpah melakukan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan dan saran dengan secara langsung dan PT LBB juga mempertahankan kualitas dan kuantitas produk kepada pelanggan, menjamin ketepatan waktu pendistribusian, dan memberikan pilihan jenis pembayaran dan tempo waktu pembayaran untuk memudahkan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sebelumnya telah dijabarkan, maka implikasi dari penelitian ini adalah sebagai berikut. Kepuasan pelanggan men-

jadi sesuatu yang penting bagi suatu bisnis. Ada beberapa cara untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu melakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala agar dapat mengukur sejauh mana pelanggan puas dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Perusahaan menyediakan *website* yang didalamnya berisi tentang informasi-informasi perusahaan dan penawaran-penawaran produk yang dimiliki oleh perusahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, L. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Pasuruan: Penerbit Qiara Media.
- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)* (2nd ed.). Riau: Zanafa Publishing.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83-101.
- Bambang, R. (2013). *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan (4<sup>th</sup> ed.)*. Yogyakarta: BPFE.
- Suparman, H. L., Islami, V., dan Nelfianti, F. (2019). *Service Excellence* (1st ed.). Surabaya: Graha Ilmu.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Minarti, S. N., dan Segoro, W. (2014). The Influence of Customer Satisfaction, Switching Cost and Trusts in a Brand on Customer Loyalty–The Survey on Student as IM3 Users in Depok, Indonesia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 143, 1015-1019.
- Permatasari, D. (2022). *Apa itu Pelayanan Prima?*. Diakses pada 20 Oktober 2023, dari [https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-sulseltrabar/baca-artikel/15009/Apa-itu-Pelayanan-Prima.html#:~:text=Menurut %20Firmansyah %2C2016%29 pelayanan prima adalah pelayanan yang, prima%2C sehingga pelanggan mendapatkan sesuatu yang melebihi harapannya](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-sulseltrabar/baca-artikel/15009/Apa-itu-Pelayanan-Prima.html#:~:text=Menurut%20Firmansyah%2C2016%29%20pelayanan%20prima%2C%20sehingga%20pelanggan%20mendapatkan%20sesuatu%20yang%20melebihi%20harapannya).
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group.
- Saputra, R. J. (2020). Analisis Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada PT Barito Samugara Trans Energy di Kalsel dan Kalteng. *Doctoral Dissertation*. Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa- Prinsip: Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Bayumedia.
- Zikri, A., dan Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 923-926.