

Kualitas Pelayanan Pada PT Keiga Anindha Indonesia

Santa Helena¹, Shalahuddin^{2,*}

^{1,2,*} Manajemen Administrasi; Universitas Bina Insani; Jl. Raya Siliwangi No.6, Sepanjang Jaya, Kec. Rawa Lumbu, Kota Bekasi, Jawa Barat, (021) 82400924; e-mail: helenasanta19@gmail.com; shalahuddin@binainsani.ac.id

* Korespondensi: e-mail: shalahuddin@binainsani.ac.id

Diterima: 27 Januari 2023; Review: 30 Januari 2023; Disetujui: 10 Februari 2023

Cara sitasi: Helena S, Shalahuddin. 2023. Penerapan Kualitas Pelayanan Pada PT Keiga Anindha Indonesia. Jurnal Mahasiswa Bina Insani. 7 (2): 139 – 148.

Abstrak: Keberhasilan suatu perusahaan jasa tentunya sangat ditentukan oleh usaha yang dilakukan perusahaan untuk meraih suatu kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan pada PT Keiga Anindha Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini konsumen yang ikut pelatihan dan sampel sejumlah 21 responden. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui *Google Form*. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang didapatkan melalui pengamatan langsung dan sumber informasi dari kepala kantor pemasaran dan dukungan dokumen. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi dan kuesioner. Kualitas pelayanan pada PT Keiga Anindha Indonesia sudah menerapkan indikator 5 dimensi kualitas pelayanan. Berdasarkan hasil penelitian melalui *Google Forms* mengenai kualitas pelayanan pelanggan terdapat 21 responden yang merupakan siswa PT Keiga Anindha Indonesia. Hasil penelitian menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan sudah Baik terlihat dari perhitungan Skala *Likert* atau teori tentang kualitas pelayanan dengan indikator lima dimensi yaitu *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (empati).

Kata kunci: Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dimensi Kualitas.

Abstract: *The success of a service company is certainly very much determined by the efforts made by the company to achieve customer satisfaction. This study aims to determine how the quality of service perceived by customers at PT Keiga Anindha Indonesia. This research is quantitative research with the type of associative research. The population in this study were consumers who participated in the training and a sample of 21 respondents. Sampling was carried out using a questionnaire distributed through Google Form. This study uses primary data, namely data obtained through direct observation and sources of information from the head of the marketing office and document support. Data collection methods used in this study were observation and questionnaires. Service quality at PT Keiga Anindha Indonesia has implemented 5 dimensions of service quality indicators. Based on the results of research through Google Forms regarding the quality of customer service, there are 21 respondents who are students of PT Keiga Anindha Indonesia. The results of the study stated that the services provided were good, as seen from the Likert Scale calculation or the theory of service quality with five-dimensional indicators, namely Tangible (physical evidence), Reliability (reliability), Responsiveness (responsiveness), Assurance (guarantee), Empathy (empathy).*

Keywords: *Customers, Service Quality, Customer Satisfaction, Quality Dimensions.*

1. Pendahuluan

Setiap perusahaan produk atau jasa yang bersaing dalam suatu pasar semakin banyak dan beragam sehingga terjadinya persaingan antar perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan kepuasan atas pelayanan terhadap pelanggan [1]. Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik karena pada dasarnya tujuan dari bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Pelanggan merupakan pembeli dari produk atau jasa pada perusahaan. Perusahaan bukan hanya menjual produk atau jasanya, tetapi harus memikirkan kepada kepuasan konsumen terhadap pemakaian barang atau jasa tersebut agar tetap terjalin hubungan baik antar konsumen dan produsen [2]. Pelanggan yang mengkritik atau komplain akibat ketidakpuasan suatu produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan merupakan sebuah informasi penting yang dibutuhkan oleh perusahaan sebagai bahan acuan untuk meningkatkan apa yang menjadi kekurangan dari perusahaan tersebut dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara rutin dan memiliki peran penting bagi sebuah organisasi atau perusahaan. Pelayanan dibutuhkan untuk menjalankan suatu aktivitas guna menghasilkan sebuah jasa dalam suatu kegiatan perusahaan baik itu bidang jasa, konstruksi, industri atau manufaktur. Dalam menawarkan produk atau jasa diperlukan sebuah pelayanan yang prima, untuk tercapainya sebuah pelayanan prima diperlukan sikap yang baik sesuai dengan prosedur pelayanan yang berlaku di sebuah perusahaan. Pelayanan bukan hanya diberikan untuk pihak eksternal saja melainkan pihak internal dalam sebuah perusahaan atau instansi. Seorang resepsionis yang bertugas memberikan pelayanan sesuai dengan keperluan yang dibutuhkan oleh karyawan. Selain memberikan pelayanan kepada para karyawan, resepsionis juga harus dapat memberikan pelayanan untuk menarik minat calon pelanggan baru serta meningkatkan kualitas pelayanan untuk pelanggan yang sudah lama bekerjasama dengan perusahaan [1]. Oleh karena itu pelayanan harus dijalankan dengan sebaik-baiknya, demi tercapainya sebuah tujuan dan reputasi bagi perusahaan.

PT Keiga Anindha Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang pengembangan sumber daya manusia dan penempatan tenaga kerja baik di dalam maupun di luar negeri, khususnya di Jepang. Pentingnya sebuah kegiatan pelayanan yang dilakukan PT Keiga Anindha Indonesia kepada *customer* sangatlah berpengaruh terhadap aktivitas perusahaan. Oleh karena itu PT Keiga Anindha Indonesia berusaha membangun reputasi perusahaan dengan memberikan pelayanan pembelajaran serta menyediakan produk seperti paspor dan visa untuk syarat keberangkatan ke Jepang. Dari latar belakang tersebut maka penelitian ini diberi judul "Penerapan Kualitas Pelayanan Pada PT Keiga Anindha Indonesia".

Berdasarkan penjelasan sebelumnya maka yang menjadi rumusan masalah adalah Bagaimana Penerapan Kualitas Pelayanan Pada PT Keiga Anindha Indonesia?

Menurut [3] kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Sejalan dengan penelitian Menurut [4] Kepuasan pelanggan adalah pengukur atau indikator sejauh mana pelanggan atau pengguna produk perusahaan atau jasa sangat senang dengan produk-produk atau jasa yang diterima.

Menurut [5] terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

- a. *Reliability* (Keandalan), merupakan kemampuan perusahaan untuk melakukan pelayanan yang dapat diandalkan dan akurat.
- b. *Tangibles* (Bukti Fisik), merupakan penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana komunikasi serta penampilan dari karyawan.
- c. *Responsiveness* (Ketanggapan), merupakan kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
- d. *Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan dari karyawan untuk menyampaikan rasa percaya diri.
- e. *Empathy* (Empati), yaitu perhatian, perhatian khusus yang diberikan kepada pelanggan.

2. Metode Penelitian

Menurut [6] mengemukakan bahwa jenis data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya orang lain atau dokumen. Pengumpulan informasi pada penelitian ini menggunakan sumber kuantitatif yang berupa jenis data primer. Data primer aktif

yang digunakan dalam penelitian ini berupa hasil dari observasi dan kuesioner dengan Admin Kantor PT Keiga Anindha Indonesia untuk mengetahui penerapan kualitas pelayanan yang dilakukan perusahaan tersebut.

Teknik mengumpulkan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkau informasi kuantitatif [7] dari responden sesuai dengan lingkup penelitian [8].

1. Observasi, dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada PT Keiga Anindha Indonesia bagaimana kualitas pelayanan kepada siswa pada saat siswa sedang mengikuti pelatihan di PT Keiga Anindha Indonesia.
2. Angket/Kuesioner, merupakan alat pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan kepada responden yang akan disebar melalui *Google Form* dan akan dijawab oleh konsumen/responden yang pernah mengikuti pelatihan di lembaga PT Keiga Anindha Indonesia.
3. Kepustakaan, digunakan untuk pengumpulan data sebagai kajian teori tentang kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan yang diperoleh dari buku-buku, jurnal, penelitian terdahulu dan internet.

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif (statistik), meliputi pengolahan data, penyajian data, kemudian mendeskripsikan data yang telah diolah dan melakukan pengujian hipotesis menggunakan uji statistik. Maka teknik analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kuantitatif, dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang akan dijawab oleh pelanggan tentang bagaimana kualitas pelayanan pada PT Keiga Anindha Indonesia.

3. Hasil dan Pembahasan Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil penelitian di PT Keiga Anindha Indonesia, didapatkan kualitas pelayanan yang dilakukan para karyawan atau pengajar untuk menerima keluhan pelanggan/siswa. Penerapan kualitas pelayanan dilakukan pada siswa dan dibantu oleh kepala admin kantor. Oleh karena itu, mewawancarai langsung kepala admin kantor dan penelitian selanjutnya menggunakan metode kuesioner yang disebar melalui *Google Forms* dengan hasil responden sebanyak 21 responden.

1. Pelanggan
Pelanggan PT Keiga Anindha Indonesia adalah orang yang ingin melakukan pelatihan kerja. Pelanggan PT Keiga Anindha Indonesia terbagi menjadi beberapa kalangan usia, ada yang berusia 18 tahun hingga usia 25 tahun. Untuk pelanggan yang ingin melakukan pelatihan, pelanggan bisa datang langsung ke kantor bagian administrasi untuk melakukan pendaftaran sebagai siswa pelatihan.
2. Kualitas Pelayanan
Kualitas pelayanan harus diperlukan oleh setiap perusahaan untuk meningkatkan kepuasan terhadap pelanggan. Bukan hanya produknya yang harus bagus melainkan pelayanan juga harus bagus apalagi pelanggan PT Keiga Anindha Indonesia kebanyakan kalangan yang berusia dari 18 tahun hingga 25 tahun. Standar pelayanan dapat diartikan sebagai tolak ukur yang digunakan oleh perusahaan untuk melakukan pelayanan dan juga sebagai acuan untuk menilai kualitas suatu pelayanan [9]. Pelayanan disebut prima jika pelanggan sudah merasa puas dan sesuai dengan harapan pelanggan, menurut Admin kantor PT Keiga Anindha Indonesia memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen pasti mempunyai tujuan yaitu untuk memberikan rasa puas dan nyaman kepada konsumen pada saat konsumen melakukan pelatihan kerja di PT Keiga Anindha Indonesia.
3. Dimensi Kualitas Pelayanan
Kualitas pelayanan dalam penelitian ini berarti kualitas mengenai baik buruknya jasa pelayanan yang berikan PT Keiga Anindha Indonesia yang diukur dengan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Responsif), *Assurance* (Keyakinan), *Emphaty* (Empati), *Tangible* (Bukti Fisik) [10].
 - a. *Reliability* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, ketepatan waktu, dan lain sebagainya. Menurut hasil penelitian, karyawan/pengajar PT Keiga Anindha

Indonesia telah memberikan pelayanan yang terbaik terkait dengan ketepatan waktu. Pengajar PT Keiga Anindha Indonesia setelah mendengar keluhan dari siswa, pengajar langsung menangani permasalahan yang sedang dialami oleh siswa.

- b. *Responsiveness* adalah tanggap memberikan pelayanan yang cepat atau responsif kepada siswa serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas oleh pengajar dan mudah dimengerti oleh siswa. Menurut hasil penelitian, pengajar PT Keiga Anindha Indonesia memiliki kemampuan untuk menangani komplain siswa dengan cepat dan pengajar tidak memiliki kekeliruan pada saat memberikan pembelajaran kepada siswa, sehingga siswa merasa puas dengan pelayanan serta pengetahuan luas yang dimiliki oleh pengajar PT Keiga Anindha Indonesia.
 - c. *Assurance* adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Menurut hasil penelitian, pengajar PT Keiga Anindha Indonesia memberikan jaminan kepada siswa bahwa pengajar PT Keiga Anindha Indonesia memiliki pemahaman serta penguasaan terhadap informasi yang ada pada PT Keiga Anindha Indonesia.
 - d. *Empathy* meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian, dan memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan. Menurut hasil penelitian, pengajar PT Keiga Anindha Indonesia memberikan kemudahan untuk para siswa yang mengalami kesulitan dalam memahami pembelajaran, serta membimbing siswa untuk mengikuti ujian basic.
 - e. *Tangible* adalah bukti fisik yang dimiliki oleh perusahaan dan pengajar yang dirasakan langsung oleh siswa. Menurut hasil penelitian, PT Keiga Anindha Indonesia memiliki fasilitas fisik gedung, ruang kantor, ruang kelas dan ruang praktek.
4. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan. Perusahaan akan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan untuk menimbulkan rasa puas. Hasil dari penelitian melalui *Google Forms* mengenai Penerepan Kualitas Pelayanan pada PT Keiga Anindha Indonesia yang diisi oleh siswa terdapat 21 responden dengan 10 pertanyaan. Data tersebut akan dijabarkan lebih rinci dengan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan umurnya, berikut uraiannya:

Tabel 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	N	%
1	Laki – Laki	7	33,3%
2	Perempuan	14	66,7%
Total		21	100%

Sumber : PT Keiga Anindha Indonesia

Berdasarkan tabel di atas terdapat 21 responden siswa PT Keiga Anindha Indonesia, dapat diketahui responden dengan jenis kelamin laki – laki berjumlah 7 orang dengan presentase 33,3 % dan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 14 orang dengan presentase 66,7 % yang artinya sebagian besar siswa PT Keiga Anindha Indonesia berjenis kelamin perempuan.

Tabel 1. Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	N	%
1	18 tahun	4	19%
2	19 tahun	9	43%
3	20 tahun	3	14%
4	21 tahun	1	5%

5	22 tahun	3	14%
6	24 tahun	1	5%
Total		21	100%

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan 21 responden siswa PT Keiga Anindha Indonesia yang berumur 18 tahun berjumlah 4 orang dengan presentase 19 %, siswa yang berumur 19 tahun berjumlah 9 orang dengan presentase 43 %, siswa yang berumur 20 tahun berjumlah 3 orang dengan presentase 14 %, siswa yang berumur 21 tahun berjumlah 1 orang dengan presentase 5 %, siswa yang berumur 22 tahun berjumlah 3 orang dengan presentase 14 %, sedangkan siswa yang berumur 24 tahun berjumlah 1 orang dengan presentase 5 %. Maka dapat disimpulkan sebagian besar siswa yang mengikuti pelatihan pada PT Keiga Anindha Indonesia adalah yang berumur 19 tahun.

Tabel 2. Skor Analisis Skala *Likert*

No	Ket	Skor
1	SS	5
2	S	4
3	CS	3
4	TS	2
5	STS	1

Sumber: Data diolah

Keterangan:

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- CS : Cukup Setuju
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju

Interval interpretasi penilaian diperoleh dari:

Nilai Minimum = 1

Nilai Maksimum = 5

Rentang = $5 - 1 = 4$

Jenjang *Range* = $4 / 5 = 0,8$

Berikut kriteria interpretasi penilaian berdasarkan interval:

Tabel 3. Interpretasi Penilaian

No	Kategori Kelas	Interpretasi
1	1,00 - 1,80	Sangat Rendah/Sangat Buruk
2	1,81 - 2,60	Rendah/Buruk
3	2,61 - 3,40	Cukup/Cukup Baik
4	3,41 - 4,20	Tinggi/Baik
5	4,21 - 5,00	Sangat Tinggi/Sangat Baik

Sumber: PT Keiga Anindha Indonesia

Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

Deskripsi tanggapan responden sebanyak 21 orang terhadap item pertanyaan kualitas pelayanan sebanyak 10 item. Dari kuesioner yang terdapat pada lampiran dapat dilihat deskripsi tanggapan responden sebagai berikut:

Tabel 5. Kuesioner Kualitas Pelayanan Pelanggan

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
Dimensi Reliabilitas (<i>Reliability</i>)						
1	Karyawan egera menangani pertanyaan yang diberikan oleh calon siswa pelatihan pada saat pendaftaran	1	-	3	13	4
Subtotal = 82 / 21 = 3,9 (Cukup Baik)		1	-	9	52	20
2	Karyawan sudah cakap dan handal dalam memberikan informasi kepada siswa pelatihan	-	-	3	14	4
Subtotal = 85 / 21 = 4,0 (Baik)		-	-	9	56	20
Total Dimensi Reliabilitas = 3,9 + 4,0 / 2 = 3,95 (Baik)						
Dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>)						
1	Karyawan selalu bersikap sopan dan ramah dalam menanggapi siswa pelatihan	1	-	2	9	9
Subtotal = 86 / 21 = 4,1 (Baik)		1	-	4	36	45
2	Pengajar/sensei tidak mengalami kekeliruan pada saat proses belajar mengajar	-	1	7	11	2
Subtotal = 77 / 21 = 3,7 (Cukup Baik)		-	2	21	44	10
Total Dimensi Jaminan = 4,1 + 3,7 / 2 = 3,9 (Cukup Baik)						
Dimensi Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)						
1	Ruang belajar mengajar yang nyaman dan bersih	1	-	2	12	6
Subtotal = 85 / 21 = 4,0 (Baik)		1	-	6	48	30
2	Karyawan berpenampilan rapih dan bersih	1	-	2	9	9
Subtotal = 88 / 21 = 4,2 (Baik)		1	-	6	36	45
Total Dimensi Bukti Fisik = 4,0 + 4,2 / 2 = 4,1 (Baik)						
Dimensi Empati (<i>Emphaty</i>)						
1	Pengajar/sensei mendengar dan menerima keluhan siswa pelatihan	-	-	6	11	4
Subtotal = 82 / 21 = 3,9 (Cukup Baik)		-	-	18	44	20
2	Karyawan dan pengajar selalu mengucapkan terima kasih kepada siswa pada saat selesai pelatihan	-	-	2	10	9
Subtotal = 91 / 21 = 4,3 (Baik)		-	-	6	40	45

Total Dimensi Empati = 3,9 + 4,3 / 2 = 4,1 (Baik)						
Dimensi Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)						
1	Pengajar/sensei cepat merespon siswa pelatihan yang sedang membutuhkan bantuan mengenai ujian	-	-	9	7	5
Subtotal = 80 / 21 = 3,8 (Cukup Baik)		-	-	27	28	25
2	Karyawan selalu menangani kelengkapan berkas-berkas siswa pelatihan untuk keberangkatan ke Jepang	-	-	2	10	9
Subtotal = 91 / 21 = 4,3 (Baik)		-	-	6	40	45
Total Dimensi Daya Tanggap = 3,8 + 4,3 / 2 = 4,05 (Baik)						

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 4. Rekapitulasi Dimensi *Service Quality*

No	Dimensi <i>Service Quality</i>	Skor	Deskripsi
1	<i>Reliability</i>	3,95	Baik
2	<i>Assurance</i>	3,9	Cukup Baik
3	<i>Tangible</i>	4,1	Baik
4	<i>Emphaty</i>	4,1	Baik
5	<i>Responsiveness</i>	4,05	Baik

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 5. Dimensi *Reliability*

Indikator	SS x 5	S x 4	CS x 3	TS x 2	STS x 1	Keterangan
1	4	13	3	-	1	82 / 21 = 3,9 (Cukup Baik)
2	4	14	3	-	-	85 / 21 = 4,0 (Baik)
Total Dimensi <i>Reliability</i> = 3,9 + 4,0 / 2 = 3,95 (Baik)						

Sumber: Data diolah

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa dimensi *Reliability* memiliki skor 3,95 yang dimaknai Baik. Dimensi *Reliability* ini di ukur dengan menggunakan 2 indikator dimana indikator 1 bernilai 3,9 bermakna Cukup Baik dan indikator 2 bernilai 4,0 bermakna Baik. Kedua indikator dan dimensi *Reliability* ini masih sangat memungkinkan untuk ditingkatkan sehingga mencapai nilai yang sangat baik.

Tabel 6. Dimensi *Assurance*

Indikator	SS x 5	S x 4	CS x 3	TS x 2	STS x 1	Keterangan
1	9	9	2	-	1	86 / 21 = 4,1 (Baik)
2	2	11	7	1	-	77 / 21 = 3,7 (Cukup Baik)

Total Dimensi Assurance = $4,1 + 3,7 / 2 = 3,9$ (Cukup Baik)

Sumber: Data diolah

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa dimensi *Assurance* memiliki skor 3,9 yang dimaknai Cukup Baik. Nilai ini menunjukkan bahwa karyawan PT Keiga Anindha Indonesia sudah Cukup Baik dalam bersikap ramah kepada siswa pelatihan dan sensei/pengajar tidak mengalami kekeliruan pada saat proses belajar mengajar. Dimensi *Assurance* ini di ukur dengan menggunakan 2 indikator dimana indikator 1 bernilai 4,1 bermakna Baik dan indikator 2 bernilai 3,7 yang bermakna Cukup Baik.

Tabel 7. Dimensi *Tangible*

Indikator	SS x 5	S x 4	CS x 3	TS x 2	STS x 1	Keterangan
1	6	12	2	-	1	$85 / 21 = 4,0$ (Baik)
2	9	9	2	-	1	$88 / 21 = 4,2$ (Baik)

Total Dimensi Tangible = $4,0 + 4,2 / 2 = 4,1$ (Baik)

Sumber: Data diolah

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa dimensi *Tangible* mendapatkan skor sebesar 4,1 yang berarti Baik. Dalam berpenampilan karyawan dinyatakan sudah Baik dan ruang belajar mengajar yang nyaman dan bersih. Dimensi *Tangible* ini di ukur dengan menggunakan 2 indikator dimana indikator 1 bernilai 4,0 dan indikator 2 bernilai 4,2. Kedua indikator dan dimensi *Tangible* ini masih sangat memungkinkan untuk ditingkatkan sehingga mencapai nilai yang sangat baik.

Tabel 10. Dimensi *Emphaty*

Indikator	SS x 5	S x 4	CS x 3	TS x 2	STS x 1	Keterangan
1	4	11	6	-	-	$82 / 21 = 3,9$ (Cukup Baik)
2	9	10	2	-	-	$91 / 21 = 4,3$ (Baik)

Total Dimensi Emphaty = $3,9 + 4,3 / 2 = 4,1$ (Baik)

Sumber: Data diolah

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa dimensi *Emphaty* mendapatkan skor sebesar 4,1 berarti Baik. Dimensi *Emphaty* ini di ukur dengan menggunakan 2 indikator dimana indikator 1 bernilai 3,9 yang bermakna Cukup Baik dan indikator 2 bernilai 4,3 yang bermakna Baik.

Tabel 8 Dimensi *Responsiveness*

Indikator	SS x 5	S x 4	CS x 3	TS x 2	STS x 1	Keterangan
1	5	7	9	-	-	$80 / 21 = 3,8$ (Cukup Baik)
2	9	10	2	-	-	$91 / 21 = 4,3$ (Baik)

Total Dimensi Responsiveness = $3,8 + 4,3 / 2 = 4,05$ (Baik)

Sumber: Data diolah

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa dimensi *Responsiveness* memiliki skor sebesar 4,05 yang berarti Baik. Nilai ini menunjukkan bahwa sensei/pengajar sudah Cukup Baik dalam merespon siswa pelatihan yang membutuhkan bantuan mengenai ujian serta karyawan selalu menangani kelengkapan berkas siswa untuk keberangkatan ke Jepang. Dimensi *Responsiveness* ini diukur dengan menggunakan 2 indikator dimana indikator 1 bernilai 3,8 bermakna Cukup Baik dan indikator 2 bernilai 4,3 yang bermakna Baik.

a. Dimensi *Reliability*

Sebagaimana yang dihasilkan dari penelitian ini bahwa indikator 1 dan indikator 2 pada dimensi *Reliability* yaitu: Karyawan PT Keiga Anindha Indonesia segera menangani pertanyaan yang diberikan oleh calon siswa pelatihan pada saat pendaftaran dan Karyawan PT Keiga Anindha Indonesia sudah cakap dan handal dalam memberikan informasi kepada siswa pelatihan dimana kedua indikator ini memiliki skor 3,9 dan 4,0 yang bermakna Baik, maka selanjutnya perlu upaya untuk meningkatkan skor tersebut menjadi Sangat Baik melalui program – program yang terukur sehingga karyawan menjadi lebih cakap dan handal dalam memberikan informasi kepada siswa pelatihan dan memiliki kesadaran yang tinggi untuk menangani pertanyaan calon siswa pelatihan secara cepat.

b. Dimensi *Assurance*

Sebagaimana yang dihasilkan dari penelitian ini bahwa indikator 1 dan indikator 2 pada dimensi *Assurance* yaitu: Pengajar/sensei PT Keiga Anindha Indonesia selalu bersikap sopan dan ramah dalam menanggapi siswa pelatihan dan Pengajar/sensei PT Keiga Anindha Indonesia tidak mengalami kekeliruan pada saat proses belajar mengajar dimana kedua indikator ini memiliki skor 4,1 dan 3,7 yang berarti Cukup Baik, maka selanjutnya perlu upaya untuk meningkatkan skor tersebut menjadi Sangat Baik.

c. Dimensi *Tangible*

Sebagaimana yang dihasilkan dari penelitian ini bahwa indikator 1 dan indikator 2 pada dimensi *Tangible* yaitu: Ruang belajar mengajar yang nyaman dan bersih dan Karyawan PT Keiga Anindha Indonesia berpenampilan rapih dan bersih dimana kedua indikator ini memiliki skor 4,0 dan 4,2 yang berarti Baik, maka selanjutnya perlu upaya untuk meningkatkan skor tersebut menjadi Sangat Baik dengan cara karyawan tetap menjaga kebersihan serta keindahan diruangan dan tetap menjaga penampilan agar tetap rapih dan bersih.

d. Dimensi *Emphaty*

Sebagaimana yang dihasilkan dari penelitian ini bahwa indikator 1 dan indikator 2 pada dimensi *Emphaty* yaitu: Pengajar / sensei PT Keiga Anindha Indonesia mendengar dan menerima keluhan siswa pelatihan dan Karyawan dan pengajar PT Keiga Anindha Indonesia selalu mengucapkan terima kasih kepada siswa pada saat selesai pelatihan dimana kedua indikator ini memiliki skor 3,9 dan 4,3 yang berarti Baik, maka selanjutnya perlu upaya untuk meningkatkan skor tersebut menjadi Sangat Baik dengan cara karyawan dan pengajar tetap bersikap ramah dan sopan kepada siswa pelatihan.

e. Dimensi *Responsiveness*

Sebagaimana yang dihasilkan dari penelitian ini bahwa indikator 1 dan indikator 2 pada dimensi *Responsiveness* yaitu: Pengajar/sensei PT Keiga Anindha Indonesia cepat merespon siswa pelatihan yang sedang membutuhkan bantuan mengenai ujian dan Karyawan PT Keiga Anindha Indonesia selalu menangani kelengkapan berkas-berkas siswa pelatihan untuk keberangkatan ke Jepang dimana kedua indikator ini memiliki skor 3,8 dan 4,3 yang berarti Baik, maka selanjutnya perlu upaya untuk meningkatkan skor tersebut menjadi Sangat Baik dengan cara pengajar menjadi lebih cepat dalam menangani berkas–berkas siswa dan memiliki kesadaran yang tinggi untuk merespon siswa yang butuh bantuan secara cepat.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang penerapan kualitas pelayanan yang berada di PT Keiga Anindha Indonesia, dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT Keiga Anindha Indonesia sudah Baik. Hasil terlihat dari perhitungan Skala *Likert* atau teori tentang kualitas pelayanan dengan indikator lima dimensi yaitu *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), *Emphaty* (Empati). *Tangible* atau bukti fisik mendapatkan skor sebesar 4,0 yang berarti Baik. Dimensi *Tangible* ini di

ukur dengan menggunakan 2 indikator, indikator 1 mendapatkan skor 4,0 dan indikator 2 mendapatkan skor 4,2 yang berarti Baik. *Reliability* atau keandalan mendapatkan skor sebesar 3,95 yang berarti Baik. Dimensi *Reliability* ini di ukur dengan menggunakan 2 indikator, indikator 1 mendapatkan skor 3,9 yang berarti Cukup Baik dan indikator 2 mendapatkan skor 4,0 yang berarti Baik. *Responsiveness* atau ketanggapan mendapatkan skor sebesar 4,05 yang berarti Baik. Dimensi *Responsiveness* ini di ukur dengan menggunakan 2 indikator, indikator 1 mendapatkan skor 3,8 yang berarti Cukup Baik dan indikator 2 mendapatkan skor 4,3 yang berarti Baik. *Assurance* atau jaminan mendapatkan skor sebesar 3,9 yang berarti Cukup Baik. Dimensi *Assurance* ini di ukur dengan menggunakan 2 indikator, indikator 1 mendapatkan skor 4,1 yang berarti Baik dan indikator 2 mendapatkan skor 3,7 yang berarti Cukup Baik. *Emphaty* atau empati mendapatkan skor sebesar 4,1 yang berarti Baik. Dimensi *Emphaty* ini di ukur dengan menggunakan 2 indikator, indikator 1 mendapatkan skor 3,9 yang berarti Cukup Baik dan indikator 2 mendapatkan skor 4,3 yang berarti Baik. Jadi untuk keseluruhan PT Keiga Anindha Indonesia sudah menerapkan indikator pelayanan yang Baik dan sudah sesuai dengan lima dimensi kualitas pelayanan.

Referensi

- [1] F. Dwita, D. Sudiantini, L. Agustine, Y. Sedyoningsih, and K. Channa, "The Effect of Moment of Truth, Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty," *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, vol. 6, no. 01, pp. 137–145, 2023.
- [2] Rahayu, "Hubungan Pelayanan Bagian Umum dan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Mahasiswa Bina Insani*, 2017.
- [3] Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. 2019.
- [4] F. Firmansyah, "Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa pada STIE Mahaputra Riau," *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, vol. 10, no. 1, pp. 2089–1989, 2019, doi: 10.33059/jseb.v10i1.1124.
- [5] Philip, "Marketing Management, 15e édition," *New Jersey: Pearson Education*, 2016.
- [6] Sugiyono, "Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.," *Prof. Dr. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.*, 2018.
- [7] M. R. Fadli, "Memahami desain metode penelitian kualitatif," *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, vol. 21, no. 1, pp. 33–54, 2021.
- [8] Mertha, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. 2020.
- [9] F. Dwita and L. Agustine, "Creating Customer Satisfaction to Customer Loyalty: The Role of Service Quality in Every 'Moment of Truth,'" *Business and Entrepreneurial Review*, vol. 23, no. 1, pp. 51–68, Jun. 2023, doi: 10.25105/ber.v23i1.15481.
- [10] P. Akhsa Nabila, W. A. Indriyansyah, and F. Dwita, "Influence Of Facility and Quality Of Service On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction," 2022, [Online]. Available: <http://nasantaramadanijurnal.org>