



## Kualitas Pelayanan Pelanggan Service Kendaraan Pada PT. Balindo Manunggal Bersama Kota Palu

\*Dwi Rizki Setyaningrum<sup>1</sup>, Nasir Mangngasing<sup>2</sup>, Fachrul Reza<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Pembangunan Palu

<sup>2</sup>Program Studi Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Tadulako

Email : Coresponding Author\*

### Kata Kunci :

- 1. Kualitas Pelayanan
- 2. Pelanggan Service
- 3. PT Balindo Manunggal Bersama
- 4. Tepat
- 5. Cepat
- 6. Murah
- 7. Ramah

**Abstrak :** Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Kualitas Pelayanan Pelanggan Service Kendaraan di PT. Balindo Manunggal Bersama Kota Palu. Jenis Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik penarikan informan menggunakan *purposive*. Jumlah informan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang. Teori yang digunakan yaitu Teori dari Idup Suhady, yang terdiri dari 4 (empat) aspek yaitu : Tepat, Cepat, Murah dan Ramah. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan service kendaraan yang ada di PT. Balindo Manunggal Bersama Kota Palu relatif belum maksimal, Ada beberapa faktor atau aspek yang menjadi penyebab sehingga pelayanan yang diberikan kepada pelanggan masih belum maksimal yaitu pada aspek cepat dan Murah. Pada aspek cepat, Pelayanan service kendaraan pelanggan belum bisa dikatakan cepat karena penggerjaan service kendaraan hanya dilakukan oleh 9 orang teknisi dengan unit kendaraan service mobil Honda yang masuk dengan jumlah kisaran 35-45 unit mobil per hari yang membuat keadaan bengkel menjadi overload atau kelebihan kapasitas sehingga membuat estimasi waktu service kendaraan pelanggan yang dijanjikan pada saat awal penerimaan service menjadi lewat atau lebih lama dari waktu penggerjaan yang dijanjikan. Kemudian dari aspek Murah, Peneliti menemukan beberapa keluhan pelanggan yang mengeluhkan mengenai harga jasa service perawatan berkala kendaraan Honda masih belum bisa dikatakan murah karena biaya service tersebut masih belum bisa dijangkau oleh banyak pelanggan service dan menjadi kendala bagi pelanggan yang datang untuk melakukan service kendaraan sehingga membuat pelanggan masih berfikir untuk melakukan perawatan berkala di bengkel resmi Honda di PT. Balindo Manunggal Bersama Kota Palu. Dengan demikian , diharapkan agar masalah-masalah tersebut diatas, dapat diatasi dengan mengedepankan pelayanan yang prima, sehingga pelanggan dapat merasakan kualitas pelayanan service kendaraan yang berpihak kepada seluruh pelanggan yang ada melakukan service di PT. Balindo Manunggal Bersama Kota Palu

**Keyword :**

1. *Quality of Service*
2. *Customer Service*
3. *PT Balindo Manunggal Bersama*
4. *Right*
5. *Fast*
6. *Cheap*
7. *Friendly*

**Abstract :** This research is to find out how the Quality of Vehicle Service Customer Service at PT. Baliindo Manunggal Bersama Palu. Types of data used are primary data and secondary data. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, and documentation. Informant withdrawal technique using purposive. The number of informants in this study amounted to 5 people. The theory used is the Theory of Idup Suhady, which consists of 4 (four) aspects, namely: Precise, Fast, Cheap and Friendly. Based on the results of the study, it can be concluded that the service quality of vehicle services at PT. Baliindo Manunggal Bersama Palu City is relatively not optimal. There are several factors or aspects that cause so that the services provided to customers are still not optimal, namely in the aspect of fast and cheap. In the fast aspect, customer service vehicle service cannot be said to be fast because the vehicle service work is only carried out by 9 technicians with Honda car service vehicle units that come in with a total range of 35-45 units of cars per day which makes the condition of the workshop overload or excess capacity. so as to make the estimated time of service for the customer's vehicle that was promised at the time of initial service receipt to be late or longer than the promised processing time. Then from the cheap aspect, the researcher found several customer complaints who complained about the price of periodic maintenance services for Honda vehicles that still cannot be said to be cheap because the service costs are still not reachable by many customer service and become an obstacle for customers who come to do vehicle service so that it makes customers are still thinking of doing regular maintenance at the official Honda repair shop at PT. Baliindo Manunggal Bersama Palu. Thus, it is hoped that the problems mentioned above can be overcome by prioritizing excellent service, so that customers can feel the quality of vehicle service services that are in favor of all existing customers doing service at PT. Baliindo Manunggal Bersama Palu

## PENDAHULUAN

Pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala bentuk aktivitas yang diberikan suatu pihak kepada pelanggan atau konsumen dengan tujuan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan atau konsumen atas jasa yang diberikan. Pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu, ia merupakan suatu proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan seseorang dalam masyarakat. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi, dan mengevaluasi kegiatan pelayanan, agar hasil akhir memuaskan pada pihak-pihak yang mendapatkan layanan.

Pada dasarnya pelayanan terhadap pelanggan tergantung dari latar belakang karyawan tersebut, baik suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya atau adat-istiadat. Namun, agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap karyawan perlu dibekali

dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan. Didalam memberikan pelayanan maka suatu perusahaan atau suatu usaha yang memberikan pelayanan dapat menegakkan aturan dan konsekuensi bagi karyawan yang memberi pelayanan dan pelanggan atau konsumen yang menerima layanan tersebut. Fred Luthans (dalam Moenir, 1995), menjelaskan pelayanan sebagai sebuah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang menyangkut segala usaha yang dilakukan orang lain dalam rangka mencapai tujuannya.

Saat ini masyarakat semakin kritis dalam menilai suatu kualitas pelayanan, ini disebabkan oleh semakin tingginya tingkat kesadaran akan hak untuk memperoleh fasilitas dan pelayanan sebaik-baiknya. Misalnya pelayanan service untuk kendaraan roda 4 (empat) di bengkel Honda Balindo Palu karena merupakan layanan service/bengkel besar dengan memiliki pelanggan yang banyak.

Pertumbuhan akan penduduk yang terus meningkat dan disertai pertumbuhan ekonomi menyebabkan kebutuhan akan kendaraan sebagai alat transportasi semakin meningkat, terutama pada kendaraan roda 4 (empat). Salah satu perusahaan di Kota Palu yang bergerak dalam bidang Otomotif kendaraan roda empat adalah PT. Balindo Manunggal Bersama (Honda Balindo). Semakin pesatnya pertumbuhan jumlah kendaraan roda empat tersebut mempengaruhi beberapa pihak pengusaha untuk mengambil peluang dan menjadikannya usaha yaitu dalam bidang service kendaraan roda empat. Bengkel atau layanan service Honda Balindo merupakan satu dari sekian banyak bengkel kendaraan roda empat resmi yang ada di Kota Palu, maka dengan banyaknya bengkel yang didirikan, tingkat persaingan antar bengkel untuk mendapatkan pelanggan akan terjadi. Dengan demikian bengkel atau layanan service Honda Balindo harus dapat mempertahankan serta mengembangkan pelayanannya untuk meningkatkan loyalitas dari pelanggan.

Adapun salah satu cara untuk mempertahankan pelanggan terletak pada kepuasan pelanggan, pada industri jasa (service) kepuasan pelanggan selalu dipengaruhi oleh Kualitas interaksi antara pelanggan dan karyawan yang melakukan kontak layanan (Kotler, 2008). Dalam dekade terakhir ini, gerakan ke arah kualitas di seluruh dunia telah menjalar dari sektor manufaktur ke sektor jasa. Berdasarkan pada sudut pandang pelanggan, kontak layanan service

encounter atau dikenal dengan istilah moment of truth terjadi pada saat pelanggan berinteraksi dengan organisasi (perusahaan) untuk memperoleh jasa yang dibelinya. Kualitas pelayanan yang baik timbul karena adanya strategi pelayanan yang berkaitan dengan kebijakan-kebijakan perusahaan. Strategi pelayanan harus dapat terus dikembangkan untuk dipelihara dan ditingkatkan terutama untuk menciptakan customer loyalty. Strategi pelayanan harus dapat memberikan nilai perceive value yang diterima oleh pelanggannya, seperti pelayanan yang harus memenuhi harapan pelanggannya, maka hal ini akan memotivasi pelanggan untuk tetap setia pada perusahaan tersebut daripada harus pindah ke perusahaan pesaing (Zeithaml, Berry dan Parasuraman, 1996).

Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan/citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada pelanggan. Setiap perusahaan tentu wajibkan seluruh karyawan memberikan pelayanan yang maksimal. Layanan pelanggan adalah sebagai sebuah fungsi tentang sebaik-baiknya apa sebuah organisasi bisa konstan dan konsisten memenuhi dan melampaui kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di PT. Balindo Manunggal Bersama , peneliti melihat ada beberapa permasalahan yang menjadi pangkal kurang efektifnya pelayanan service pelanggan di PT. Balindo Manunggal Bersama khususnya pada layanan service/Bengkel Dealer Honda Balindo, yaitu pelayanan penggerjaan service kendaraan yang bisa dikatakan kurang cepat dimana penggerjaan service kendaraan lewat dari estimasi awal yang di berikan pada saat penerimaan Service, penggerjaan service kendaraan hanya dilakukan oleh 9 orang teknisi dengan unit kendaraan service mobil Honda yang masuk dengan jumlah kisaran 35-45 unit mobil per-hari yang membuat keadaan bengkel menjadi overload atau kelebihan kapasitas dan ada beberapa keluhan pelanggan Honda yang menyebutkan bahwa harga jasa service Perawatan Berkala dan Pekerjaan Repair bisa dikatakan tidak murah yang mana blm bisa dijangkau oleh banyak pelanggan Honda. Dengan demikian seluruh proses pelayanan pelanggan service kendaraan pada PT. Balindo Manunggal Bersama menjadi terganggu dan lambat.

## **LANDASAN TEORI**

Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia (Sinambela, 2010). Pelayanan adalah suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain yang langsung (Moenir, 2006) . Dalam buku yang sama mengemukakan sebagai berikut pelayanan pada hakekatnya adalah serangkaian kegiatan karena itu ia merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan dalam masyarakat. Membicarakan pelayanan berarti membicarakan suatu proses kegiatan yang konotasinya lebih kepada hal yang abstrak (Intangible). Pelayanan adalah merupakan suatu proses, proses tersebut menghasilkan suatu produk yang berupa pelayanan, yang kemudian diberikan kepada pelanggan. Kotler (2003) mengungkapkan bahwa terdapat empat karakteristik pelayanan yang perlu dicermati, antara lain :

1. Pelayanan merupakan hal yang tidak berwujud
2. Pelayanan merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan
3. Pelayanan memiliki bentuk / jenis yang bervariasi atau beragam
4. Pelayanan tidak dapat disimpan, karena pelayanan sendiri merupakan suatu proses dan bukan suatu barang

Konsep kualitas pelayanan dapat pula dipahami melalui "Customer behavior" (perilaku konsumen) yaitu perilaku yang dimainkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan dan mengevaluasi suatu produk pelayanan yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhannya, keputusan-keputusan konsumen untuk mengkonsumsi atau tidak suatu barang/jasa dipengaruhi berbagai faktor, anatar lain persinya terhadap kualitas pelayanan. Hal ini menunjukan adanya interaksi yang kuat antara kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan. (Harbani Pasobong, 2007).

Pelayanan yang berkualitas atau pelayanan yang berorientasi pada pelanggan sangat tergantung pada kepuasan pelanggan. Lukman (2000) menyebut salah satu ukuran keberhasilan menyajikan pelayanan yang berkualitas sangat tergantung pada tingkat kepuasan pelanggan yang dilayani. Pendapat tersebut artinya menuju kepada pelayanan eksternal, dari

perspektif pelanggan, lebih utama atau lebih didahului apabila ingin mencapai kinerja pembayaran yang berkualitas.

Istilah pelayanan publik berasal dari bahasa Inggris *public* yang berarti umum, masyarakat, Negara. Kata public sebenarnya sudah diterima menjadi bahasa Indonesia baku menjadi public yang dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia (Badudu, 2002) berarti umum, orang banyak, ramai. Kemudian pengertian pelayanan public dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sendiri dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Menurut Undang-Undang No.25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, pasal 1 ayat (1) pelayanan public adalah kegiatan atas rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga Negara dan penduduk atas barang, jasa dan atau pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan public.

Idup suhady (2000) menjelaskan tata laksana dan pelayanan masyarakat yang berkualitas, serta pemberian layanan kepada masyarakat harus:

1. Tepat, yaitu memberikan atau melakukan pelayanan sesuai apa yang dibutuhkan.
2. Cepat, yaitu memberikan atau melakukan pelayanan dalam waktu yang sesingkat-singkatnya.
3. Murah, yaitu masyarakat dapat memperoleh pelayanan apa yang diinginkan dengan biaya murah.
4. Ramah, yaitu hubungan antara petugas dan masyarakat dilakukan dengan sopan dan berpedoman pada etika profesi.

Aparatur pelayanan tidak mempunyai alasan sedikitpun untuk tidak berorientasi. Untuk mencapai hal tersebut, aparatur pelayanan tidak boleh menghindar dari prinsip pelayanan dan dilakukan dengan sepenuh hati.

## METODE

Penelitian ini sendiri menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pada dasarnya penelitian kualitatif dilaksanakan dalam keadaan yang alamiah (*natural setting*) dan data yang dikumpulkan umumnya bersifat kualitatif. Oleh karena itu, penelitian ini disebut penelitian kualitatif, sebagai lawannya adalah eksperimen, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan konsep yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1992), antara lain :

- 1).Reduksi data;
- 2). Penyajian data, serta;
- 3). Penarikan kesimpulan

## PEMBAHASAN

PT. Balindo Manunggal Bersama adalah sebuah perusahaan swasta yang bergerak di bidang pemasaran Automotif khususnya penjualan mobil Honda beserta suku cadangnya di kota Palu. Perusahaan ini didirikan dalam bentuk Perseroan Terbatas (PT) pada tahun 2005 melalui Akte Notaris JAO YULIANA.SH No. 21 tertanggal 14-01-2005 dengan pengesahan menteri kehakiman Nomor : C-04387 HT.01.01.TH.2005 dan penyesuaian Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 maka Akta diadakan perubahan kembali dengan Nomor 05 tanggal 05 November 2008 oleh Notaris ROOSYE EVITINA SORITON .SH dengan pengesahan kehakiman Nomor : AHU-93181.AH.01.02 tahun 2008 tertanggal 03 Desember 2008.

Perusahaan dalam penyediaan kendaraan berupa mobil ini telah berdiri selama 17 Tahun. PT. Balindo Manunggal Bersama di Kota Palu sendiri semakin dikenal masyarakat kota palu dikarenakan menyediakan kendaraan roda 4 yang berkualitas. Eksistensi perusahaan lebih dari 1 dekade dipastikan akan memiliki pelayanan yang cukup baik, khususnya pada bidang *service* atau perawatan kendaraan yang mereka jual kepada masyarakat. Dengan menggunakan teori yang dikemukakan oleh Suhady (2000) yang menjelaskan bahwa terdapat empat indikator yang harus terpenuhi terkait tata laksanaan dan pelayanan masyarakat yang berkualitas, serta pemberian layanan kepada masyarakat.

## **1. Tepat**

Salah satu aspek yang tidak kalah penting dalam setiap organisasi adalah ketepatan karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Dalam urusan administrasi harus tepat dalam arti tahapan pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan dilihat dari sisi tepat sasaran tentang proses penyelesaian kebutuhan service. Proses penyelesaian kebutuhan service yang diberikan karyawan harus tepat sasaran tentang apa yang menjadi kebutuhan atau harus sesuai dengan apa yang dirasakan dan dialami oleh pelanggan yang pernah melakukan service di Honda Balindo. Untuk mengetahui bagaimana ketepatan karyawan PT. Balindo Manunggal Bersama dalam memberikan pelayanan service kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa kinerja karyawan PT. Balindo Manunggal Bersama khususnya pada bagian serrvice bengkel Dealer sangat tanggap dengan kebutuhan dan permintaan pelanggan. Upaya yang dilakukan karyawan PT. Balindo Manunggal Bersama dalam melaksanakan fungsi dan tugasnya dalam melayani administrasi masing-masing dapat berjalan secara efisien dan efektivitas secara keseluruhan. Karyawan di kantor PT. Balindo Manunggal Bersama juga dapat bertanggung jawab dengan tugasnya secara keseluruhan. Selain itu, PT. Balindo Manunggal Bersama selalu mengacu pada SOP dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Hal ini merupakan keinginan dari semua pelanggan PT. Balindo Manunggal Bersama yang menginginkan kebutuhan mereka dapat dipenuhi dengan cepat dan tanggap.

Hasil penelitian ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Lukman (2000) bahwa keberhasilan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dipengaruhi oleh tingkat kepuasan pelanggan. Dengan memperhatikan kepuasan pelanggan, maka dapat dipastikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT. Balindo Manunggal Bersama telah sesuai dengan apa yang diharapkan dari segi ketepatan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat / pelanggan.

## **2. Cepat**

Kecepatan yaitu suatu kemampuan untuk pelayanan yang cepat (responsif). Pelayanan adalah suatu bagian atau urutan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain, sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Pelayanan cepat menentukan kepuasan pelanggan. Berapa lama pelanggan harus menunggu antrian penerimaan service hingga dia diterima oleh bagian penerimaan (Service Advisor), demikian hal ketika menunggu untuk penggeraan service kendaraan di bengkel Dealer PT. Balindo Manunggal Bersama. Kecepatan pelayanan yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan pada saat penerimaan service oleh Service Advisor PT. Balindo Manunggal Bersama. Kecepatan pelayanan service dalam hal ini adalah pelaksanaan tindakan atau penggeraan service yang dilakukan oleh Teknisi sesuai dengan waktu dan standar yang sudah ditentukan pada saat awal penerimaan oleh Service Advisor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecepatan dalam pelayanan dan penggeraan service kendaraan oleh teknisi masih belum maksimal, hal ini dikarenakan sumber daya manusia dalam hal ini teknisi yang masih kurang. Di Bengkel Dealer PT. Balindo Manunggal Bersama (Honda Balindo), peneliti melihat hanya ada 9 karyawan teknisi yang melakukan penggeraan service kendaraan sedangkan unit yang masuk untuk melakukan service kisaran 35-45 unit per hari nya. Selain itu, PT. Balindo Manunggal Bersama telah berupaya melayani masyarakat sesuai dengan harapan pelanggan, untuk mengukur suatu kualitas pelayanan tidak dapat diukur dengan satu indikator. Hal ini disebabkan kualitas pelayanan yang bersifat multidimensional. Olehnya itu, pelayanan pelanggan service yang cepat adalah pelayanan yang dilakukan tepat waktu dan tidak menunda-nunda dalam proses pelayanan. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Prawirosentono (2008) bahwa terdapat beberapa cara untuk mengukur kecepatan pelayanan seseorang dalam bekerja, antara lain adalah waktu dalam penggeraan. Kecepatan waktu dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat menjadi salah satu keberhasilan dari PT. Balindo Manunggal Bersama dalam memberikan pelayanan yang berkualitas bagi masyarakat / pelanggan.

Karyawan di PT. Balindo Manunggal Bersama tidak menunda-nunda waktu dalam melayani pelanggan dan selalu berusaha secepat mungkin untuk menangani dan menyelesaikan setiap keluhan atau keinginan pelanggan. Bahkan pelanggan pelanggan tidak dibiarkan menunggu terlalu lama, begitu masyarakat yang datang untuk melakukan service ke bengkel dealer PT. Balindo Manunggal Bersama, langsung dilayani oleh karyawan service sesuai dengan keperluannya. Meskipun demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa ada juga sebagian pelanggan yang mengaku bahwa pelayanan dari karyawan service PT. Balindo Manunggal Bersama sangat lambat dan lama, itu karena pelanggan belum memahami betul tata kerja yang ada di Bengkel Dealer PT. Balindo Manunggal Bersama. Tetapi setelah diberikan penjelasan, kemudian mereka paham.

Namun, walaupun masyarakat paham setelah diberikan penjelasan, tetapi hal tersebut tidak menyembunyikan fakta bahwa PT. Balindo Manunggal Bersama dalam memberikan pelayanan belum maksimal. Masalah kepuasan adalah hal yang sangat penting yang menjadi tujuan utama Karyawan di PT. Balindo Manunggal Bersama Kota Palu. Tetapi tujuan utama tersebut tidak sesuai dengan temuan penelitian dan juga tidak sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Nina Rahmayanti (2010) bahwa kecepatan pelayanan adalah suatu target waktu pelayanan yang dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan, dalam hal ini yaitu PT. Balindo Manunggal Bersama. Pelayanan yang kurang cepat ini belum dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, olehnya itu dari aspek / dimensi kecepatan Karyawan PT. Balindo Manunggal Bersama dapat disimpulkan bahwa belum berjalan dengan baik sesuai harapan pelanggan.

### **3. Murah**

Dalam memberikan pelayanan service kendaraan yang ada di Bengkel Dealer PT. Balindo Manunggal Bersama, perusahaan harus bisa memberikan pelayanan yang murah, agar semua pelanggan bisa mengakses pelayanan yang diberikan. Harga jasa baik perawatan berkala maupun pekerjaan repair yang diberikan sudah sesuai dengan standar Honda pusat dan mengenai harga tersebut peneliti melihat sendiri bahwa harga jasa yang diberikan di tampilkan pada ruang tunggu service pelanggan dan Bagian Penerimaan (Service Advisor)

menginformasikan estimasi biaya harag jasa penggerjaan kendaraan nyadan meminta persetujuan dari pelanggan untuk melakukan service kendaraan nya. Namun, walaupun biaya yang akan dibayar oleh masyarakat selaku penerima layanan telah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh pusat, tetapi biaya tersebut masih dirasa cukup mahal oleh sebagian pelanggan. Biaya perawatan berkala dan tindakan PT. Balindo Manunggal Bersama masih belum terjangkau oleh banyak pelanggan dan menjadi kendala bagi mereka yang datang untuk melakukan service kendaraan sehingga membuat pelanggan masih berfikir buat melakukan perawatan berkala di bengkel resmi Honda. Penyelenggara pelayanan harus mampu mewujudkan tujuan-tujuan yang hendak dicapainya dan cara mewujudkan tujuan tersebut dilakukan dengan prosedur yang sederhana, tenaga kerja yang sedikit, dan biaya yang murah. Hal ini tidak sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Suhady (2000) bahwa salah satu indikator kualitas pelayanan yaitu masyarakat dapat menerima pelayanan dengan biaya yang murah. Indikator ini belum dapat dilaksanakan oleh PT. Balindo Manunggal Bersama dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat / pelanggan.

#### **4. Ramah**

Masalah keramahan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya juga tidak kalah penting yang harus dimiliki oleh karyawan PT. Balindo Manunggal Bersama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karyawan PT. Balindo Manunggal Bersama dalam pelaksanaan pekerjaan yang berhubungan dengan ketatausahaan semua staff menguasainya dalam hal memberikan keramahan. Karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan dalam menyapa semua pelanggan dan harus selalu tersenyum dan suara ramah. Karyawan dalam menghadapi seluruh pelanggan, harus bertutur kata dan berperilaku sopan santun, dan pada saat mengakhiri layanan, pelanggan dinilai cukup hanya dengan senyum disertai ucapan salam dan terima kasih kepada pelanggan.

Selain itu, pelanggan tidak merasa adanya diskriminasi pelayanan yang mereka peroleh dari karyawan. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pelanggan yang telah dilayani oleh karyawan dengan baik dari aspek perhatian, yaitu adanya tutur kata dan sikap pelayanan yang sopan dan ramah. Adanya perlakuan pelayanan service yang demikian memang diupayakan

oleh karyawan. Salah satu indikator dalam memperoleh kualitas pelayanan yang baik maka yang perlu untuk diperhatikan adalah pelayanan yang berkaitan dengan kepedulian/empati. Semakin tinggi rasa empati kepada pelanggan, maka akan membuat pengguna jasa semakin puas. Kepedulian pelaksanaan pelayanan publik yang diharapkan oleh masyarakat yaitu mendapatkan pelayanan secara cepat. Dengan demikian cepat pelayanan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan sebagai konsumen akan tinggi. Dalam kaitannya dengan aspek empati, yang dilakukan oleh karyawan adalah untuk menciptakan pelayanan service kendaraan yang ramah, sopan, dan berkualitas sesuai dengan harapan kita semua.

Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh suhady (2000) bahwa pelayanan yang baik selalu mengedepankan hubungan antara petugas dan masyarakat yang mana dilakukan dengan sopan serta berpedoman pada etika profesi. Penjelasan dari Suhady ini telah sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.

## **PENUTUP**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan service kendaraan yang ada di PT. Balindo Manunggal Bersama Kota Palu relatif belum maksimal. Ada beberapa faktor atau aspek yang menjadi penyebab sehingga pelayanan yang diberikan kepada pelanggan masih belum maksimal yaitu pada aspek cepat dan Murah. Pada aspek cepat, Pelayanan service kendaraan pelanggan belum bisa dikatakan cepat karena pengerjaan service kendaraan hanya dilakukan oleh 9 orang teknisi dengan unit kendaraan service mobil Honda yang masuk dengan jumlah kisaran 35-45 unit mobil per-hari yang membuat keadaan bengkel menjadi overload atau kelebihan kapasitas sehingga membuat estimasi waktu service kendaraan pelanggan yang dijanjikan pada saat awal penerimaan service menjadi lewat atau lebih lama dari waktu pengerjaan yang dijanjikan. Kemudian dari aspek Murah, Peneliti menemukan beberapa keluhan pelanggan yang mengeluhkan mengenai harga jasa service perawatan berkala kendaraan Honda masih belum bisa dikatakan murah karena biaya service tersebut masih belum bisa dijangkau oleh banyak pelanggan service dan menjadi kendala bagi pelanggan yang datang untuk melakukan service kendaraan sehingga membuat pelanggan masih berfikir untuk melakukan perawatan berkala di bengkel resmi Honda di PT. Balindo

Manunggal Bersama Kota Palu. Akan tetapi pada aspek tepat PT. Balindo Manunggal Bersama sudah memberikan pelayanan yang tepat dengan kebutuhan dan keluhan pelanggan, kemudian dari aspek Ramah PT. Balindo Manunggal Bersama Kota Palu sudah memberikan pelayanan dengan ramah, sopan dan adil kepada semua pelanggan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Akte Notaris JAO YULIANA.SH No. 21 tertanggal 14-01-2005
- Akte Notaris ROOSYE EVITINA SORITON .SH
- Badudu, J. S. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Gramedia Pustaka
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta : Indeks
- Lukman, S. (2000). *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: Stia Lan Press.
- Miles, B. M., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Moenir, H. A. S. (1995). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Moenir, H. A. S. (2006). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara
- Pasolong, H. (2007) *Teori Administrasi Publik*. Bandung : Alfabeta
- Pengesahan kehakiman Nomor : AHU-93181.AH.01.02 tahun 2008 tertanggal 03 Desember 2008.
- Pengesahan menteri kehakiman Nomor : C-04387 HT.01.01.TH.2005
- Prawirosentono, S. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia : Kebijakan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta : BPFE.
- Rahmayanty, N. (2010). *Manajemen Pelayanan Prima : Mencegah Pembelotan Dan Membangun Customer Loyalty*. Graha Ilmu
- Sinambela, L. P., dkk. (2010). *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Suhady, I. (2000). *Dasar-Dasar Kepemerintahan Yang Baik*. Jakarta : LAN
- Undang-Undang No.25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik
- Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). *The Behavioral Consequences of Service Quality*. Journal of Marketing, Volume 60, April 1996.

