

**ANALISA DALAM MENGUKUR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA APLIKASI EDSY**

(Laporan Akhir)

Oleh :

**M. FERDI ANDASTIN
NPM 2001071010**



**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

ANALISA DALAM MENGUKUR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA APLIKASI EDSY

Oleh
M. FERDI ANDASTIN

Kemajuan teknologi yang sangat pesat membantu guru-guru dan peserta didik dalam melaksanakan kegiatan pembelajaran menjadi efektif dan efisien. Penggunaan media pembelajaran adalah sesuatu yang penting agar proses belajar mengajar lebih bervariasi. EDSY merupakan salah satu aplikasi pembelajaran sistem berbasis cloud yang menyediakan berbagai macam fitur sistem manajemen dan administrasi sekolah, dengan menggabungkan learning manajemen sistem sehingga memudahkan pengguna untuk memakai seluruh layanan hanya dengan satu aplikasi atau EDSY merupakan *software* / perangkat lunak yang mengintegrasikan seluruh proses administrasi dan komunikasi yang ada di sekolah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengukuran kepuasan pelanggan pada aplikasi EDSY. Kualitas pelayanan dilihat dari metode pengukuran PIECES pada responden sehingga perusahaan tahu apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan pelanggan kepuasan. Laporan akhir ini bersifat deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan kuesioner dan sejumlah data yang diberikan pada PT. Inovasi Global Sejahtera. Data kuesioner dalam pengukuran kualitas pelayanan adalah indikator kinerja, indikator informasi, indikator ekonomi, indikator pengendalian, indikator efisiensi dan indikator pelayanan. Hasil penelitian ini memberikan gambaran tentang perusahaan dalam melihat nilai dari setiap responden memberikan jawabannya berdasarkan indikator kinerja, indikator informasi, indikator ekonomi, indikator pengendalian, indikator efisiensi dan pelayanan indikator. Dengan penerapan model analisis PIECES dapat melihat secara langsung dan mengetahui hasil seberapa puas atau tidak terhadap penggunaan aplikasi EDSY.

Kata Kunci : Aplikasi, EDSY, PIECES, Kepuasan, Pelanggan, Kualitas Pelayanan.

**ANALISA DALAM MENGUKUR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA APLIKASI EDSY**

Oleh :

**M. FERDI ANDASTIN
NPM 2001071010**

Laporan Akhir

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
AHLI MADYA (A.Md)**

Pada

**Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung**



**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Laporan Akhir

**: ANALISA DALAM MENGUKUR KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA APLIKASI EDSY**

Nama Mahasiswa

: M. Ferdi Andastin

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2001071010

Program Studi

: DIII Manajemen Pemasaran

Jurusan

: Manajemen

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis



Pembimbing Laporan Akhir

Ketua Program Studi

DIII Manajemen Pemasaran

Driya Wiryawan, S.E., M.M.
NIP 19720909 200501 1 002

Dr. Dorothy Rouly H. Pandjaitan, S.E., M.Si.
NIP 19810126 200801 2 011

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

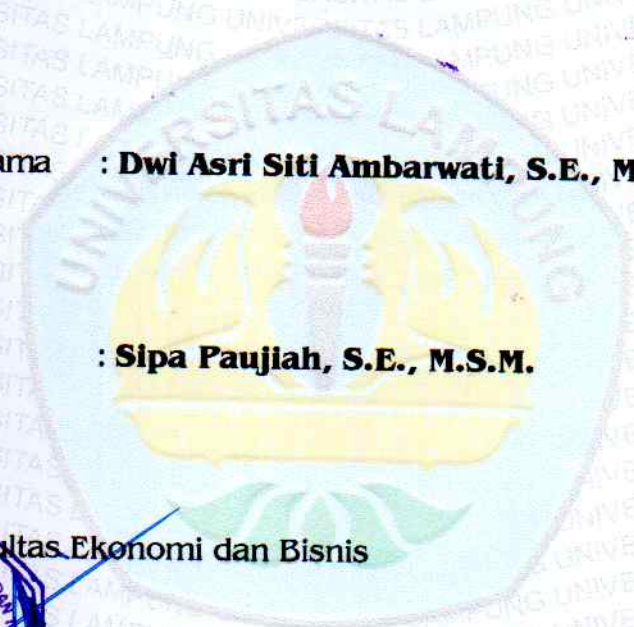
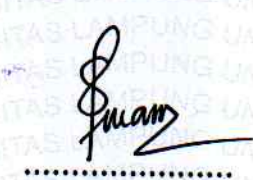
Ketua Penguji : Driya Wiryanan, S.E., M.M.



Penguji Utama : Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc.



Sekretaris : Sipa Paujiah, S.E., M.S.M.



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.

NIP 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Laporan Akhir : 5 Oktober 2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul :

ANALISA DALAM MENGUKUR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA APLIKASI EDSY

Adalah hasil karya sendiri.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam laporan akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau symbol yang saya akui seolah olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisnya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas maka, baik sengaja ataupun tidak sengaja, maka dengan ini saya menyatakan menarik laporan akhir yang saya ajukan ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain namun mengkui seolah-olah sebagai pemikiran saya sendiri, saya bersedia untuk dibatalkan gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas Lampung.

Bandar lampung,



M. Ferdi Andastin

NPM 2001071010

RIWAYAT HIDUP

Peneliti dengan nama Muhammad Ferdi Andastin dilahirkan di Bandar Lampung, Lampung pada tanggal 14 April 2002, yang merupakan anak kedua dari pasangan Bapak Bobiansah Stianegara dan Ibu Imelda Rimau. Peneliti menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar SD Negeri 1 Sukabumi Bandar Lampung, lulus pada tahun 2014. SMP Negeri 12 Bandar Lampung, lulus pada tahun 2017 dan SMK Bina Latih Karya Bandar Lampung, lulus pada tahun 2020. Pada tahun 2020, penulis terdaftar sebagai mahasiswa program Diploma III Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung. Peneliti telah mengikuti kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) dimulai dari tanggal 04 Januari sampai dengan 09 Februari 2023 pada PT. Inovasi Global Sejahtera Bandar Lampung, yang beralamat Jalan. ZA Pagar Alam no. 89, Bandar Lampung 35142 Bandar Lampung.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin

Puji syukur kepada ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat serta salam teriring semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Ku persembahkan tugas akhir ini

Sebagai tanda cinta dan kasih sayang kepada kedua Orangtuaku :

Ayah Bobiansah Stianegara, S.SOS. M.M.

Ibu Imelda Rimau, S.H.

Yang senantiasa mendoakan dan memberikan cintanya tiada putus serta menjadi penyemangat untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar.

SANWACANA

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini dengan judul “**Analisa Dalam Mengukur Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi EDSY**”. Laporan akhir ini merupakan salah satu persyaratan untuk dapat menyelesaikan pendidikan serta mendapatkan gelar Ahli Madya (A.Md) Program Studi Diploma III Keuangan dan Perbankan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.

Selama melakukan kegiatan kerja praktik dan menyusun laporan akhir, maka penulis mendapatkan bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini maka penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Aripin Ahmad, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Bapak Dr. Ribhan, S.E., M.Si. selaku Sekertaris Jurusan Manajemen.
4. Ibu Dr. Dorothy Rouly H. Pandjaitan, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
5. Bapak Driya Wiryawan, S.E., M.M. selaku pembimbing dosen lapangan sekaligus Pembimbing Akademik saya sangat berterimakasih kepada bapak atas ketersediannya dalam memberikan bimbingan, motivasi, serta saran dalam proses penyelesaian penyusunan laporan akhir saya.

6. Ibu Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Sc. selaku penguji utama
7. Ibu Sipa Paujiah, S.E., M.S.M. selaku sekretaris penguji
8. Ibu Sabiatun selaku Staf Sekretariat D III Manajemen Pemasaran yang telah membantu memberikan informasi dan arahnya selama menjalani Pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
9. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan dimasa bangku perkuliahan.
10. Bapak Andoni Fornio Barusman selaku Pimpinan dan Bapak Andre Farquhar Barusman serta Ahmad Cucus dan Karyawan Bapak Imam Hidayah, Dwi Romadhon, Ahmad Saleh, Imam Chairudin pada PT. Inovasi Global Sejahtera Bandar Lampung yang sudah menerima peneliti untuk melakukan penelitian, pengalaman, bantuan, dan semangat selama kegiatan penelitian berlangsung.
11. Teman-teman seperjuangan untuk dapat meraih toga tahun 2023 di Diploma III Manajemen Pemasaran angkatan 2020, dan terutama untuk Bagas, Alzi, Manuel, Faisal, Aqsha, Made, Ganang, Ridho, Daniel, Reza, Bagas, Rizky, yang selalu membantu dalam berdiskusi untuk laporan akhir dan menemani pada saat mengerjakan laporan.
12. Seluruh pihak yang telah membantu selama proses perkuliahan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
13. Almameter tercinta Universitas Lampung.

Demikian yang dapat peneliti sampaikan, semoga ALLAH SWT membalas kebaikan seluruh pihak yang mau membantu dalam penyelesaian studi ini. Mohon maaf atas segala sesuatu yang kurang berkenan. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, 2 Juni 2023

Peneliti,

M. Ferdi Andastin
2001071010

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
RIWAYAT HIDUP	vi
PERSEMBAHAN	vii
SANWACANA	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penulisan Laporan Akhir.....	5
1.4 Manfaat dan Kegunaan Laporan Akhir	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Kualitas Layanan.....	7
2.2 Kepuasan Pelanggan.....	8
2.3 Model Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	12
2.4 Framework PIECES	14
BAB III METODE DAN PROSES PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK	16
3.1 Desain Penelitian.....	16
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	16
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	17
3.3.1 Populasi dan Sampel.....	17

3.4.1 Lokasi dan Waktu Kerja Praktik.....	18
3.4.2 Gambaran Umum Perusahaan	18
3.4.2.1 Profil Singkat Perusahaan	18
3.4.2.2 Visi dan Misi	21
3.4.2.3 Bidang Usaha Perusahaan	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1 Hasil Pembahasan menggunakan konsep metode PIECES (<i>Performance, Information, Economy, Control, Efficiency, Services</i>).....	22
4.2 Hasil Kuesioner Responden Terhadap (Information)	23
4.3 Hasil Kuesioner Responden Terhadap (<i>Economic</i>).....	24
4.4 Hasil Kuesioner Responden Terhadap (<i>Control</i>)	25
4.5 Hasil Kuesioner Responden Terhadap (<i>Efficiency</i>)	26
4.6 Hasil Kuesioner Responden Terhadap (<i>Service</i>).....	27
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	28
5.1 Simpulan	28
5.2 Saran.....	28
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 4. 1 Jumlah dan Presentase Responden Terhadap (<i>Performances</i>)	22
Tabel 4.2 Jumlah dan Presentase Responden Terhadap (<i>Information</i>)	23
Tabel 4.3 Jumlah dan Presentase Responden Terhadap (<i>Economic</i>)	24
Tabel 4.4 Jumlah dan Presentase Responden Terhadap (<i>Control</i>)	25
Tabel 4.5 Jumlah dan Presentase Responden Terhadap (<i>Effeciency</i>)	26
Tabel 4.6 Jumlah dan Presentase Responden Terhadap (<i>Service</i>)	27

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 1. 1	Bentuk Aplikasi EDSY	2
Gambar 1. 2	Komplain Aplikasi EDSY	3
Gambar 3. 1	Struktur Organisasi	18

DAFTAR LAMPIRAN

1. Aplikasi EDSY
2. Fitur Aplikasi EDSY.
3. Dokumentasi Kegiatan Kerja Praktek.
4. Kusioner Penelitian
5. Demografi Responden
6. Tabulasi Jawaban Responden
7. Jurnal Akitivitas PKL

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

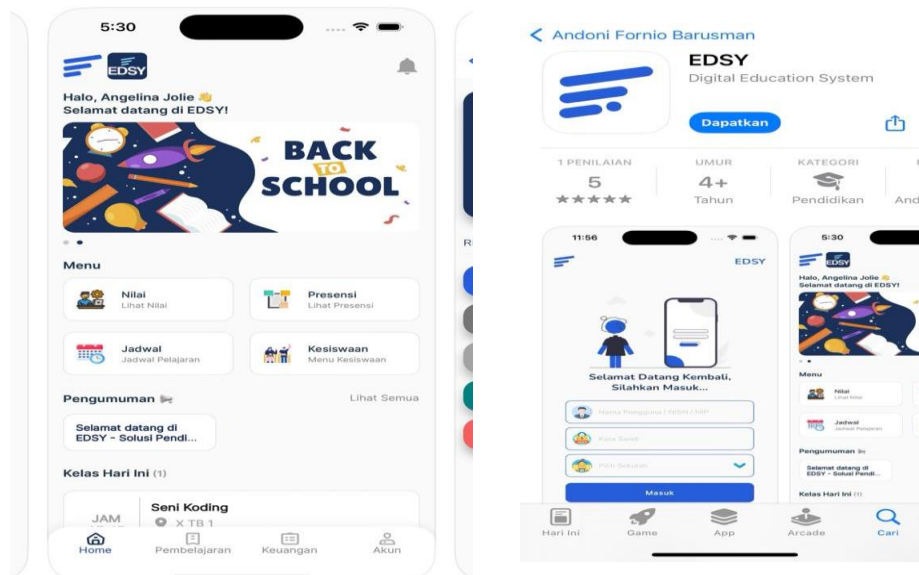
Era revolusi industri 4.0 yang dikenal sebagai pesatnya penciptaan teknologi informasi dan komunikasi yang dimanfaatkan untuk mencapai efisiensi semaksimal mungkin, sehingga teknologi informasi dan komunikasi yang dihasilkan dapat berinovasi menciptakan model baru berbasis digital. Perkembangan teknologi dan komunikasi yang begitu pesat pada saat ini, mendorong guru dan dunia pendidikan untuk menyesuaikan serta menciptakan model media pembelajaran baru berbasis teknologi. Kemajuan teknologi yang sangat pesat dapat membantu guru-guru dan peserta didik dalam melaksanakan kegiatan pembelajaran menjadi efektif dan efisien. Pembuatan media pembelajaran baru berbasis teknologi membuat guru harus mempunyai kemampuan dalam hal mengelola teknologi dan kreativitas dalam pembuatan media pembelajaran. Penggunaan media pembelajaran adalah sesuatu yang penting agar proses belajar tidak terlalu abstrak dan memiliki variasi. Media adalah sebuah komponen-komponen berbagai jenis yang digunakan di dalam lingkungan peserta didik sebagai alat bantu untuk merangsang kemampuan-kemampuannya di kegiatan pembelajaran. Penggunaan media pembelajaran harus memperhatikan berbagai macam aspek sehingga tujuan pembelajaran menjadi terarah dengan baik.

Tjiptono (2002) mengungkapkan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula (Tjiptono, 2000). Kotler (2002) menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah.

PT. Inovasi Global Sejahtera merupakan PT yang bergerak dalam bidang teknologi informasi atau unit usaha yang mengembangkan aplikasi perangkat lunak / *software*

dengan merk bernama EDSY (*Digital Education System*) yang bekerjasama secara eksklusif dengan Universitas Bandar Lampung.

EDSY berdiri sejak November tahun 2021 lalu. EDSY Merupakan aplikasi pembelajaran sistem berbasis cloud yang menyediakan berbagai macam fitur sistem manajemen dan administrasi sekolah, dengan menggabungkan learning manajemen sistem sehingga memudahkan pengguna untuk memakai seluruh layanan hanya dengan satu aplikasi atau EDSY merupakan *software* / perangkat lunak yang mengintegrasikan seluruh proses administrasi dan komunikasi yang ada di sekolah. Seperti manajemen surat ketidakhadiran siswa, data pelanggaran siswa, data prestasi siswa, pengaturan struktur kurikulum, dan statistik aktivitas KBM di sekolah. Pemberian kualitas pelayanan dalam sebuah perusahaan sangat berpengaruh dalam memberikan suatu layanan kepada pelanggan. Hal ini untuk menjaga pelanggan dalam jangka panjang dan pelanggan agar tambah tetap bertahan dengan adanya pelayanan yang baik. Dengan demikian perusahaan akan dapat meningkatkan kepuasan langganan dalam perusahaan dan meminimumkan kurangnya pelanggan



Gambar 1. 1 Bentuk Aplikasi EDSY

Ada banyak aplikasi pembelajaran yang tersedia di pasar saat ini. Beberapa contoh aplikasi pembelajaran yang serupa dengan EDSY antara lain : Duolingo Khan, Academy, Coursera, Quizlet, Google Classroom, Udacity, Memrise, edX. Itulah beberapa contoh aplikasi yang serupa dengan aplikasi EDSY yang dapat membantu anda mempelajari berbagai mata pelajaran dengan cara yang mudah dan menyenangkan.

Tujuan dibentuknya aplikasi EDSY sesuai dengan SOP sekolah, yaitu :

1. EDSY memberikan kemudahan kepada pengurus sekolah, baik Yayasan, Kepala Sekolah, Kurikulum, Keuangan, dan Kesiswaan dalam memonitor aktivitas di sekolah.
2. Memberi solusi untuk Sekolah yang dihadapkan pada berbagai macam hambatan operasional, yang dilandasi oleh terbatasnya akses data dan komunikasi antar *stakeholders*.

Walaupun di jaman sekarang serba terdigitalisasi tetap saja terdapat kekurangan kualitas pelayanan yang diberikan oleh aplikasi EDSY sehingga dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Oleh karena itu diperlukannya analisis layanan terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi EDSY di suatu sekolah.



Gambar 1. 2 Komplain Aplikasi EDSY

Terdapat keluhan dan permasalahan pada aplikasi EDSY, berikut keluhan dan permasalahan yang ditemukan:

1. Bug atau kesalahan system seperti *crash*, fitur yang tidak berjalan dengan baik.
2. Masalah Kinerja (*Performance Issues*): Aplikasi mungkin lambat atau memakan banyak sumber daya, yang dapat mengganggu pengalaman pengguna.
3. Masalah Database (*Database Issues*): Kesalahan dalam penyimpanan atau pengambilan data dari basis data dapat mengganggu fungsi aplikasi.
4. Kurangnya Personalisasi: Aplikasi yang tidak menggambarkan pemahaman terhadap pengguna dengan cara yang personal dapat kehilangan aspek empati. Sebagai contoh, jika aplikasi tidak menampilkan tampilan yang sesuai dengan preferensi dan sejarah pengguna, hal ini dapat membuat pengguna merasa diabaikan.

Berdasarkan masalah diatas dapat disimpulkan masih terdapat kekurangan kualitas pelayanan dan masalah pada aplikasi EDSY yang sangat bergantung terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan yang baik akan menaikkan tingkat kepuasan pelanggan, pelanggan yang puas juga melihat kualitas pelayanan yang diberikan apakah kualitas pelayanan sesuai dengan harapan atau tidak (Parasuraman,1990). Kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan harus jauh lebih baik dari yang diharapkan agar pelanggan tidak kecewa. Adapun pendekatan yang digunakan guna mengetahui kepuasan pelanggan di perusahaan yaitu metode PIECES, analisis PIECES (*Performance, Information, Economy, Control, Eficiency, dan Service*) merupakan teknik untuk mengidentifikasi dan memecahkan permasalahan yang terjadi. Dari analisis ini akan menghasilkan identifikasi masalah utama dari suatu sistem. Berdasarkan uraian diatas, analisis sistem dilakukan untuk menghasilkan suatu laporan tertulis yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah dari suatu sistem yang diterapkan guna mendapatkan gambaran tentang keadaan sistem yang akan sedang diterapkan.

Perusahaan di bidang bisnis manapun sangat dianjurkan untuk memiliki kemampuan dalam meningkatkan mutu dasar kualitas pelayanan yang dimiliki perusahaan dan diberikan kepada pelanggan agar tercipta kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas inilah yang mendorong peneliti untuk menganalisa lebih dalam lagi dalam mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi EDSY dan menyelesaikan laporan akhir dengan judul “**Analisa Dalam Mengukur Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi EDSY**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang peneliti jelaskan maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan pada aplikasi EDSY sudah baik?
2. Apakah pelanggan merasa puas terhadap aplikasi EDSY?

1.3 Tujuan Penulisan Laporan Akhir

Adapun tujuan dari penelitian yang peneliti lakukan berdasarkan uraian dari latar belakang dan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada aplikasi EDSY
2. Untuk mengetahui seberapa tingkat kepuasan pelanggan pada aplikasi EDSY

1.4 Manfaat dan Kegunaan Laporan Akhir

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti,
Untuk salah satu syarat dalam mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung tahun akademik 2022/2023.
2. Bagi perusahaan
diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam memberikan pelayanan terkait perkembangan aplikasi Edsy di Bandar Lampung.
3. Bagi pembaca
diharapkan menjadi motivasi dan pembelajaran dalam mengenal aplikasi Edsy.
4. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti yang ingin mengetahui berkaitan dengan *e-commerce*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kualitas Layanan

Sebuah Perusahaan jasa harus menjaga kualitas jasa yang ditawarkan berada diatas saingan dan lebih hebat dari yang dibayangkan oleh konsumen. Perusahaan juga harus memahami apa kebutuhan dan harapan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Lovelock-Wright yang diterjemahkan oleh (Tjiptono, 2011) mengemukakan bahwa "kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan produk maupun jasa yang diharapkan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen." Jasa akan diterima oleh konsumen apabila sesuai dengan yang diharapkan. Menurut (Tjiptono, 2011) menjelaskan bahwa Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen."Berdasarkan definisi para ahli diatas, bahwa kualitas pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi keinginan para konsumen.

Kualitas layanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Zeithaml, 1998). Pelayanan menurut Usmara (2003:231) merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang di hasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil).

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai Upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata

terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

2.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan, Anderson (Tjiptono, 2006:349). Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. Mowen (1995) merumuskan kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan. Dengan kata lain kepuasan pelanggan merupakan penilaian evaluatif purnabeli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik. Sementara itu, Engel, et al (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan

Kotler (2006) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan

konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen.

Menurut Tjiptono (2006:354) pada umumnya program kepuasan pelanggan meliputi kombinasi dari tujuh elemen utama yakni sebagai berikut :

1. Barang dan jasa berkualitas Perusahaan yang ingin menerapkan program kepuasan pelanggan harus memiliki produk berkualitas baik dan layanan prima. Paling tidak, standarnya harus menyamai para pesaing utama dalam industri. Untuk itu berlaku prinsip “*quality comes first, satisfaction programs follow*”. Biasanya perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula. Seringkali itu merupakan cara mereka menjustifikasi harga yang lebih mahal.
2. *Relationship Marketing* Kunci pokok dalam setiap program promosi loyalitas adalah upaya menjalin relasi jangka panjang dengan para pelanggan. Asumsinya adalah bahwa relasi yang kokoh dan saling menguntungkan antara penyedia jasa dan pelanggan dapat membangun bisnis ulangan (*repeat business*) dan menciptakan loyalitas pelanggan. Upaya menjalin relasi dengan pelanggan juga bisa gagal karena sebab-sebab lain, seperti (1) sebagian pelanggan menolak untuk tergantung kepada pemasok tunggal (2) mungkin saja tidak ada manfaat timbal balik bagi perusahaan dan pelanggan dan (3) sebagian pelanggan lebih menyukai fokus jangka pendek yang semata-mata didasarkan pada harga murah.
3. Program promosi loyalitas Program promosi loyalitas banyak diterapkan untuk menjalin relasi antara perusahaan dan pelanggan. Biasanya, program ini memberikan semacam penghargaan khusus (seperti diskon, bonus, voucher) kepada pelanggan kelas kakap atau pelanggan rutin (*heavy users*) agar tetap loyal pada produk dari perusahaan bersangkutan.
4. Fokus pada pelanggan terbaik Pelanggan terbaik bukan sekedar mereka yang termasuk *heavy users*. Tentu saja mereka berbelanja banyak, namun kriteria lainnya menyangkut pembayarannya yang lancar dan tepat waktu, tidak terlalu banyak membutuhkan layanan tambahan (karena mereka telah sangat paham

mengenai cara berinteraksi dengan perusahaan), dan relatif tidak sensitif terhadap harga (lebih menyukai stabilitas daripada terus-menerus berganti pemasok untuk mendapatkan harga termurah).

5. Sistem penanganan komplain secara efektif Penanganan komplain terkait erat dengan kualitas produk. Perusahaan harys memastikan bahwa barang dan jasa yang dihasilkannya benar-benar berfungsi sebagaimana mestinya sejak awal. Baru setelah itu, jika ada masalah, perusahaan segera berusaha memperbaikinya lewat sistem penanganan komplain. Jadi jaminan kualitas harus mendahului penanganan *complain*.

Menurut Tjiptono, 2000) sistem penanganan komplain yang efektif membutuhkan beberapa aspek seperti permohonan maaf kepada pelanggan atas ketidaknyamanan yang mereka alami, empati terhadap pelanggan yang marah, kecepatan dalam penanganan keluhan, kewajaran atau keadilan dalam memecahkan masalah/keluhan dan kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan (via saluran telepon bebas pulsa, surat, email, fax maupun tatap muka langsung) dalam rangka menyampaikan komentar, kritik, saran, pertanyaan dan komplain. Keterlibatan langsung manajemen puncak dalam menangani keluhan pelanggan juga sangat penting, karena bisa mengomunikasikan secara nyata komitmen perusahaan dalam memuaskan setiap pelanggan. Selain itu para staf layanan pelanggan harus diseleksi dan dipantau secara cermat guna memastikan bahwa mereka benar-benar berorientasi pada pemuasan kebutuhan pelanggan.

6. *Unconditional guarantees* Garansi merupakan janji eksplisit yang disampaikan kepada para pelanggan mengenai tingkat kinerja yang dapat diharapkan akan mereka terima. Garansi ini bermanfaat dalam mengurangi resiko pembelian oleh pelanggan, memberikan sinyal mengenai kualitas produk dan secara tegas menyatakan bahwa perusahaan bertanggung jawab atas produk/jasa yang diberikannya. Garansi yang baik harus memiliki beberapa karakteristik pokok, seperti (1) tidak bersyarat tidak dibebani dengan berbagai macam peraturan, ketentuan, atau pengecualian yang membatasi/menghambat kebijakan pengembalian atau kompensasi); (2) spesifik; (3) realistis (tidak bombastis yang cenderung tidak bisa dipenuhi, seperti garansi 100 tahun untuk pulpen);

(4) berarti/meaningful (mencakup aspek-aspek penyampaian jasa yang penting bagi pelanggan); (5) dinyatakan dalam bahasa yang sederhana dan mudah dipahami; (6) mudah direalisasikan/ditagih bila menyangkut kompensasi atau ganti rugi tertentu.

7. *Program pay for performance* Program kepuasan pelanggan tidak bisa terlaksana tanpa adanya dukungan sumber daya manusia organisasi. Sebagai ujung tombak perusahaan yang berinteraksi langsung dengan para pelanggan dan berkewajiban memuaskan mereka, karyawan juga harus dipuaskan kebutuhannya. Dengan kata lain, total *customer satisfaction* harus didukung pula dengan total *quality reward* yang mengaitkan sistem penilaian kinerja dan kompensasi dengan kontribusi setiap karyawan dalam penyempurnaan kualitas dan peningkatan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler yang dikutip Tjiptono (1996:148) terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut :

1. Sistem keluhan dan saran, artinya setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat strategis menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon.
2. Survei kepuasan pelanggan artinya kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Dengan melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya sebagai berikut :
 - a. *Directly reported satisfaction* yaitu pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan seperti sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, dan sangat puas.
 - b. *Derived dissatisfaction* yaitu pertanyaan yang menyangkut besarnya harapan pelanggan terhadap atribut.

- c. *Problem analysis* artinya pelanggan yang dijadikan responden untuk mengungkapkan dua hal pokok, yaitu masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.
 - d. *Importance performance analysis* artinya dalam teknik ini responden dimintai untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan pentingnya elemen.
3. *Ghost shopping* artinya metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*Ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian *Ghost shopper* menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.
 4. *Lost customer analysis* artinya perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok dan diharapkan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

2.3 Model Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumen. Tjiptono (2007) mengemukakan terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran Setiap perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan pelanggan.
2. Survei kepuasan konsumen Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumen (Tjiptono,2007).

- a) *Directly reported satisfaction* Pengukuran dilakukan secara langsung, melalui pertanyaan dengan skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.
- a. *Derived dissatisfaction* Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya yang mereka rasakan.
- b. *Problem analysis* Konsumen yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.
- c. *Importance-performance analysis* Dalam teknik ini, responden diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/ atribut tersebut.

Perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya konsumen ke perusahaan pesaing. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan nasabah jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pemakaian ulang dan terciptanya kepuasan nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata nasabah, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.

Kotler dkk (2001), dengan indikator-indikator didalamnya adalah: Sistem Keluhan dan saran, Survei Kepuasan pelanggan, Pembeli Bayangan, Analisa nasabah yang lari. Dan selanjutnya penelitian ini akan mengacu pada teori

2.4 Framework PIECES

Whitten dan Bentley (2007:78) James Wetherbe mengembangkan suatu kerangka kerja yang berguna untuk mengklasifikasikan permasalahan yang disebut PIECES (Performance Information Economics Control Efficiency Service). Kerangka kerja PIECES dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. *Performance*

Produksi-jumlah kerja selama periode waktu tertentu Waktu respon-penundaan rata-rata antara transaksi atau permintaan dengan respons ke transaksi atau permintaan tersebut *Information Input* : (1) Data tidak diambil; (2) Data tidak diambil tepat waktu untuk berguna; (3) Data tidak diambil secara akurat terdapat error; (4) Data sulit diambil; (5) Data diambil secara berlebihan data yang sama diambil lebih dari sekali; (6) Terlalu banyak data diambil *Output* : (1) Kurangnya informasi; (2) Kurangnya informasi yang diperlukan; (3) Kurangnya informasi yang relevan; (4) Terlalu banyak informasi “kelebihan informasi”; (5) Informasi yang tidak akurat; (6) Informasi yang tidak tepat waktunya untuk penggunaan selanjutnya. Penyimpanan data Data disimpan secara berlebihan dalam banyak file dan/atau database Item-item data sama memiliki nilai-nilai berbeda dalam file-file berbeda (integrasi data yang jelek). Data tersimpan tidak akurat Data tidak diorganisasikan dengan baik. Data tidak fleksibel tidak mudah untuk memenuhi kebutuhan informasi baru dari data tersimpan Data tidak dapat diakses.

2. *Information*

Penyimpanan data Data disimpan secara berlebihan dalam banyak file dan/atau database *Item-item* data sama memiliki nilai-nilai berbeda dalam file-file berbeda (integrasi data yang jelek). Data tersimpan tidak akurat Data tidak diorganisasikan dengan baik. Data tidak fleksibel tidak mudah untuk memenuhi kebutuhan informasi baru dari data tersimpan Data tidak dapat diakses.

3. *Economy*

Biaya tidak dapat dilacak ke sumber Biaya terlalu tinggi Keuntungan Pasar-pasar baru dapat dieksplorasi Pemasaran saat ini dapat diperbaiki.

4. Control

Keamanan/*control* terlalu lemah *Input* data tidak diedit dengan cukup kejahatan (misalnya, penggelapan atau pencurian) terhadap data.

5. Efficiency

Orang, mesin, atau komputer membuang waktu, Data secara berlebihan di-*input* atau disalin. Data secara berlebihan diproses Informasi secara berlebihan dihasilkan Orang, mesin, atau komputer membuang material dan persediaan.

6. Services

Sistem menghasilkan produk yang tidak akurat Sistem menghasilkan produk yang tidak konsisten Sistem menghasilkan produk yang tidak dapat dipercaya, Sistem tidak mudah dipelajari. Analisis PIECES (*Performance, Information, Economy, Control, Efficiency, dan Service*) merupakan teknik untuk mengidentifikasi dan memecahkan permasalahan yang terjadi pada kualitas pelayanan. Dari analisis ini akan menghasilkan identifikasi masalah utama dari suatu kinerja serta memberikan solusi dari permasalahan tersebut.

BAB III

METODE DAN PROSES PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK

3.1 Desain Penelitian

Laporan akhir ini bersifat deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan kuesioner dan sejumlah data yang diberikan pada PT. Inovasi Global Sejahtera.

3.2 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Husein Umar (2013:42) data primer adalah: “Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”.

2. Data Sekunder

Menurut Husein Umar (2013:42) data sekunder adalah: “Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram”.

3.3 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik perolehan data yang dilakukan dengan proses tanya jawab langsung antara penulis dengan narasumber, dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang relevan disusun oleh penulis. Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai Kepala PT. Inovasi Global Sejahtera selaku Pengelola Usaha EDSY.

2. Observasi (Pengamatan Secara Langsung)

Observasi adalah suatu kegiatan terhadap proses memperoleh data informasi secara langsung, melalui pengamatan dan kemudian memahami fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dalam penelitian melalui dokumen-dokumen yang sudah ada, buku-buku referensi, serta dokumen berupa gambar saat observasi penelitian dan termasuk rekaman saat mewawancarai responden sehingga data yang diperoleh dapat dikonfirmasi kembali.

4. Kuesioner

Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data dari responden.

3.3.1 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi Penelitian ini adalah seluruh pengguna yang terdaftar di aplikasi EDSY khususnya Sekolah xaverius Bandar Lampung.

2. Sampel

Dengan menggunakan sampel Sebagian dari populasi, dengan perincian: 20 orang staf sekolah Xaverius Bandar Lampung.

3.4 Objek Kerja Praktik

3.4.1 Lokasi dan Waktu Kerja Praktik

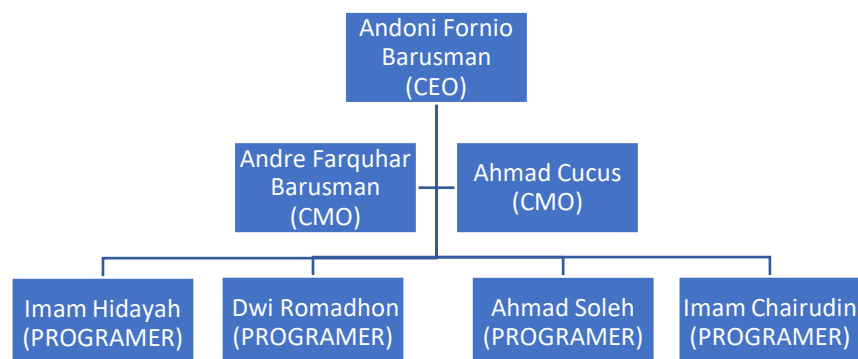
Lokasi yang dijadikan objek penelitian adalah PT. Inovasi Global Sejahtera Provinsi Lampung. Peneliti melaksanakan penelitian dari tanggal 06 Januari 2023 hingga 09 Februari 2023.

3.4.2 Gambaran Umum Perusahaan

PT. Inovasi Global Sejahtera didirikan pada bulan November 2021 yang berlokasi di jalan ZA Pagar Alam NO. 89 Bandar Lampung yang bergerak pada bidang jasa sistem manajemen sekolah dan administrasi sekolah yang dijadikan ke dalam satu aplikasi bernama EDSY.

3.4.2.1 Profil Singkat Perusahaan

Berikut struktur organisasi PT. Inovasi Global Sejahtera Provinsi Lampung



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi

Sumber : PT. Inovasi Global Sejahtera Provinsi Lampung Tahun 2023.

Berdasarkan struktur organisasi (PT. Inovasi Global Sejahtera) pada gambar tersebut, berikut deskripsi jabatan dan tugas tiap bidangnya :

1. CEO (*Chief Executive Officer*)

CEO adalah jabatan tertinggi dalam sebuah perusahaan berikut tugas CEO :

- a. Menciptakan, mengomunikasikan, dan mengimplementasikan visi misi dan gambaran umum tujuan organisasi atau perusahaan kepada seluruh karyawan.
- b. memimpin jalannya perusahaan, sehingga semua kegiatan baik internal maupun eksternal harus selalu terintegrasi dengan baik pada setiap departemen yang ada.
- c. Bertanggung jawab untuk mengelola seluruh aspek dalam perusahaan agar sesuai dengan visi misi perusahaan.

2. CMO (*Chief Marketing Officer*)

CMO adalah posisi eksekutif atau pimpinan perusahaan yang bertanggung jawab dalam urusan marketing atau pemasaran, berikut tugas CMO :

- a. Menentukan tujuan dan pencapaian pemasaran dan bertanggung jawab memutuskan strategi seperti apa yang dilaksanakan dan cocok untuk perusahaan.
- b. Menganalisis strategi perusahaan, dengan memahami kondisi pasar dan bisnis secara menyeluruh, seorang CMO dapat menganalisis ketepatan strategi yang dilaksanakan.
- c. Berkontribusi pada pertumbuhan perusahaan, dan harus menjalin hubungan dengan pihak lain untuk mengembangkan dan menumbuhkan perusahaan.

3. CTO (*Chief Technology Officer*)

CTO adalah eksekutif yang bertanggung jawab atas kebutuhan, penelitian, dan pengembangan teknologi di dalam suatu perusahaan. Dalam pekerjaannya, CTO akan langsung memberikan laporan pada *Chief Executive Officer* (CEO) perusahaan, berikut tugas CTO yaitu :

- a. Memastikan bahwa teknologi yang tengah digunakan perusahaan tidak sama dengan perusahaan lain dan menerapkan teknologi terbaru yang lebih canggih. Hal tersebut dilakukan agar perusahaan tidak kalah saing dengan perusahaan lain.

4. *Programmer*

Programmer merupakan pekerjaan atau profesi yang memiliki tanggung jawab untuk merancang sebuah system menggunakan Bahasa pemrograman, berikut tugas *programmer* yaitu :

- a. Merancang Tampilan Program

Programmer akan membuat sketsa alur aplikasi, kemudian membuat tampilan grafis.

- b. Menulis Kode Program

Tugas paling penting untuk memindahkan grafis (bentuk *flowchart*) menjadi kode program.

- c. Mendefinisikan Kebutuhan

Menentukan jenis *platform* serta *tools* yang akan dibuat sesuai keinginan klien.

- d. Melakukan Debug Program

Mengecek jika terjadi kesalahan atau eror pada suatu aplikasi.

- e. Melakukan Percobaan Terhadap Program Yang DIjalankan Memastikan bahwa program tersebut sudah sesuai instruksinya atau fungsinya.

3.4.2.2 Visi dan Misi

Visi :

Menjadi perusahaan profesional yang efektif, efisien, dan terpercaya dalam pengembangan aplikasi software perangkat lunak yang bergerak dalam bidang teknologi informasi.

Misi :

1. Menerapkan sistem manajemen sekolah yang bersih, transparan, akuntabel dan *professional*.
2. Menerapkan sistem layanan pendidikan yang bermutu berpedoman pada 8 standar pendidikan nasional.
3. Menciptakan kegiatan pembelajaran yang mandiri dan inovatif.

3.4.2.3 Bidang Usaha Perusahaan

PT. Inovasi Global Sejahtera adalah salah satu unit usaha yang bergerak dalam bidang teknologi informasi yaitu aplikasi bernama EDSY yang beroperasi sejak bulan November 2021 yang berkejasama secara eksklusif dengan Universitas Bandar Lampung. Unit usaha aplikasi Edsy PT. Inovasi Global Sejahtera yang dikelola oleh Pak Andoni Fornio Barusman.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan Analisa dalam mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi EDSY menyimpulkan masalah digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh dari keunggulan layanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan yang harus dikembangkan perusahaan agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan jumlah dan persentasi maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada aplikasi EDSY sudah baik. Hal ini didasarkan pada:

1. Peforma (*Performance*) dengan hasil jumlah presentasi 88,3% responden merasa puas dan 11,6% merasa tidak puas.
2. Informasi (*Information*) dengan hasil jumlah presentasi 93,3% responden merasa puas dan 6,66% merasa tidak puas.
3. Ekonomi (*Economic*) dengan hasil jumlah presentasi 100% responden merasa puas.
4. Kontrol (*Control*) dengan hasil jumlah presentasi 61,6% responden merasa puas dan 38,3% merasa tidak puas.
5. Efisiensi (*Efficiency*) dengan hasil jumlah presentasi 96,6% responden merasa puas dan 3,33% merasa tidak puas.
6. Servis (*Service*) dengan hasil jumlah presentasi 91,6% responden merasa puas dan 8,33% merasa tidak puas.

5.2 Saran

Berdasarkan Simpulan di atas maka ada beberapa saran yang dapat disampaikan oleh penulis untuk aplikasi EDSY dan juga pihak PT. Inovasi Global Sejahtera terhadap pelaksanaan kualitas pelayanan pada aplikasi EDSY. Saran pada penelitian ini terutama pada dimensi *Control* pada apikasi EDSY agar kedepannya

kualitas pelayanan pada aplikasi EDSY dapat berjalan dengan baik adalah dengan ditingkatkannya lagi semua yang ada pada aplikasi tersebut contohnya seperti: sistem yang lebih cepat, program terbebas dari *virus*, program tidak mengalami error tampilan yang lebih menarik, menu dan fitur yang mudah ditemukan dan diakses, perlu adanya tutorial terhadap penggunaan aplikasi EDSY, juga kecepatan pada aplikasi tersebut. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting bagi sebuah perusahaan. Jadi, perusahaan harus memperbaiki pelayanan kepada pelanggan supaya nantinya memberikan dampak positif bagi keberlangsungan bisnis perusahaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Usmara, (2003), Strategi Baru Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Amoro Book.
- Adi, A. F. R., & YOESTINI, Y. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Adi, A. F. R., & YOESTINI, Y. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Asbar, Y., & Saptari, M. A. (2018). Analisa dalam mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode PIECES. *Jurnal visioner & strategis*, 6(2).
- Buditjahjanto, I. A. (2020). Analisis Layanan Sistem Informasi Akademik Perguruan Tinggi Berbasis Fuzzy Service Quality. *Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi/ Vol*, 9(3).
- Fandy, Tjiptono., (2007). Manajemen Jasa. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi.
- Fandy Tjiptono. (2007). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip (2006). Manajemen pemasaran, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T Indeks Gramedia.
- Kotler, Amstrong. (2001). Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler. (2002). Manajemen Pemasaran, Jakarta: Prenhallindo.
- L. Whitten, Jeffrey, & D. Bentley, Lonnie .(2007). System Analysis & Design Methods Seventh Edition. New York, USA : McGraw-Hill.
- Mowen. (1995). Perilaku Konsumen. Pustaka Ilmu : Jakarta
- Mulyono, B. H. (2008). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Studi Manajemen Dan Organisasi*, 4, 291.
- Parasuraman, Valarie A., Zeithmal, Leonard L Berry. (1990). Delivering QualityService,Balancing Customer Perception and Expectations. New York: Free Press.
- Pringviriya, N., Hj. Fadzil, D. H., & Ismail, D. S. (2015). Service Quality and Customer Satisfaction in Thailand's Audit Firms. Proceedings of the

Burapha University International Conference (2015) (hal. 237-251).
Bangsaen, Thailand: Burapha University

- Prasetio, A. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Riyan, M. (2021). Penggunaan media pembelajaran berbasis android pada pembelajaran teks eksposisi. *Diksi*, 29(2), 205-216.
- Sinollah, S., & Masruro, M. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual-Parasuraman) dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen). *Dialektika: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(1), 45-64.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104-114.
- Husein Umar. (2013). Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: Rajawali
- Tjiptono, Fandy, (2000). Manajemen Jasa, Edisi Kedua, Andi Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. (2011). Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS). Yogyakarta: Cv Andi
- Tjiptono, F. (2006). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono fandy. (1996). Manajemen jasa. Yogyakarta; andi.
- Tjiptono fandy. (2000). Prinsip-prinsip total quality service. Yogyakarta; andi.
- Zeithaml, V.A. (1998) Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22.