

ANALISIS KUALITAS DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN COSTUMER SERVICE PADA CV. DUTA PUSTAKA

¹Asep Rafiudin, ²Lailatul Qomariyah

^{1,2} Universitas Primagraha, Serang

Corresponding Author: aseprafiudin123@gmail.com

ABSTRACT

Customer satisfaction means what consumers expect and what consumers feel when using the product. If consumers feel the product's performance is the same as or exceeds their expectations, it means they are satisfied. On the other hand, if the product performance is less than their expectations, it means they are not satisfied. The purpose of this research is to determine the level of satdik (education unit) satisfaction with the quality of products and services at CV Company. Duta Pustaka is a company that operates as a provider (seller) in E-Commerce called SiPLah (School Procurement Information System) which is a platform designed to purchase school needs by utilizing a marketplace marketplace system operated by a third party (Partner). The research method used is quantitative, a research approach that uses data in the form of numbers and statistics to analyze phenomena or relationships between certain variables. The instrument and data collection technique used is a questionnaire, a data collection technique via a Google form which contains questions asked online to a person or group of people to get answers or responses and information needed by the researcher.

Keyword: Management planning, Quality, Customer satisfaction, E-Commerce.

ABSTRAK

Kepuasan Pelanggan bermakna sebagai apa yang diharapkan konsumen dengan apa yang dirasakan konsumen ketika menggunakan produk tersebut. Jika konsumen merasakan kinerja produk sama atau melebihi harapannya, berarti mereka puas. Sebaliknya jika performa produk lebih rendah dari ekspektasinya, berarti mereka tidak puas. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Tingkat kepuasan satdik (satuan Pendidikan) terhadap kualitas produk dan jasa di Perusahaan CV. Duta Pustaka Perusahaan yang bergerak sebagai penyedia (penjual) di E-Commerce yang Berama SiPLah (Sistem Infomasi Pengadaan Sekolah) merupakan platfor yang dirancang untuk membeli kebutuhan sekolah dengan memanfaatkan system marke tplace yang dioperasikan oleh pihak ketiga (Mitra). Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif, adalah pendekatan penelitian yang menggunakan data berupa angka dan statistik untuk menganalisis fenomena atau hubungan antara variabel-variabel tertentu. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data yang digunakan adalah Kuesioner, teknik pengumpulan data melalui form google yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara online pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau masukan dan informasi yang sesuai permintaan peneliti.

Kata kunci: Perencanaan Manajemen, Kualitas, Kepuasan Pelanggan, E-Commerce

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

Pendahuluan

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi mengacu pada kemajuan, perubahan, dan inovasi dalam bidang teknologi. Ini melibatkan penemuan, pengembangan, dan penerapan solusi baru yang memungkinkan manusia untuk meningkatkan atau mengubah cara mereka menjalani kehidupan, bekerja, dan berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Tujuan perkembangan teknologi adalah meningkatkan efisiensi, produktivitas, atau kualitas hidup. Teknologi yang berkembang dapat memberikan solusi yang lebih baik, lebih cepat, atau lebih ekonomis.

Perkembangan teknologi dalam industri e-commerce (perdagangan elektronik) telah mengalami transformasi besar selama beberapa dekade terakhir. E-commerce dimulai sebagai bentuk transaksi online yang sederhana. Internet membuka pintu bagi perusahaan untuk menyajikan produk dan layanan. Perkembangan ini mencerminkan upaya untuk meningkatkan efisiensi, keamanan, dan kenyamanan dalam dunia e-commerce. Dengan terus berkembangnya teknologi, dapat diantisipasi bahwa e-commerce akan terus beradaptasi dan mengintegrasikan inovasi baru untuk meningkatkan pengalaman belanja online layanan mereka secara global.

Hal ini dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah pengguna E-Commerce di Indonesia yang berujung pada salah satu Perusahaan yang ada di serang banten yaitu CV. Duta Pustaka. Perusahaan yang bergerak sebagai penyedia (penjual) di E-Commerce yang Berama SiPLah (Sistem Informasi Pengadaan Sekolah) adalah Sistem Informasi Pengadaan Sekolah (SIPLah) merupakan platform yang dirancang untuk membeli kebutuhan sekolah dengan memanfaatkan sistem marketplace yang dioperasikan oleh pihak ketiga (Mitra). Para Mitra yang tergabung dalam SIPLah harus memenuhi syarat dan memenuhi kebutuhan Kemendikbudristek sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 14 Tahun 2020 tentang Pedoman Pengadaan Barang/Jasa oleh Satuan Pendidikan. Penggunaan SIPLah sangat membantu pengelola dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan SIPLah, satuan pendidikan dapat membeli kebutuhan sekolah secara online, transparan, dan aman karena dilengkapi dengan dokumen pendukung pencairan dana BOS.

Dalam Kondisi yang sangat kompetitif, prioritas utama yang perusahaan adalah pelayanan dan kepuasan pelanggan. Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan suatu apapun. Jika pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan sesuai dengan standar yang berlaku dan dapat menjawab semua pertanyaan pelanggan akan menghasilkan kepuasan yang tinggi dari pelanggan. Sedangkan pengertian kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, (Kotler, 2000). Dalam suatu pelayanan terdapat lima dimensi kualitas jasa, antara lain Tangible yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, sarana komunikasi, dan penampilan perorangan, Reliability yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan yang akurat dan memuaskan, Responsiveness yaitu keinginan para pegawai dalam membantu para pelanggan dengan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap, Assurance yaitu mencakup kemampuan, kesopanan, etika, dapat dipercaya dan keyakinan pelanggan, dan Emphaty yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, kepedulian akan kemampuan pegawai dan perhatian individu.

Customer Service Representative dituntut untuk selalu berhubungan dengan pelanggan. Memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta menjaga hubungan agar tetap baik dengan pelanggan. Karena dengan menjaga hubungan yang baik dengan Pelanggan juga menjaga image atau citra perusahaan agar tetap bertahan atau meningkat di mata pelanggan. Karena itu Customer Service Representative memiliki peran yang penting dalam perusahaan dan dituntut harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik.

Petugas Customer Service Representative (CSR) CV. DUTA PUSTAKA memiliki acuan atau standar pelayanan dalam menjalankan tugasnya sesuai dengan apa yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Standar pelayanan adalah ukuran yang diambil dalam kinerja pelayanan publik yang harus dihormati oleh pemberi dan atau penyedia pelayanan dan/atau penerima manfaat.

Menurut Keputusan MENPAN Nomor 63 Tahun 2004, standar pelayanan paling sedikit meliputi:

- a. Prosedur pelayanan
Prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan Prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan
- b. Penerima pelayanan
Waktu pemrosesan ditentukan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian layanan, termasuk klaim.
- c. Biaya pelayanan
Biaya/tarif layanan mencakup rincian yang ditentukan selama proses pemberian layanan.
- d. Produk pelayanan
Hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
- e. Sarana dan Prasarana

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

- Penyediaan sarana dan prasarana pelayanan yang secara lengkap oleh penyedia jasa.
- f. Kompetensi petugas pemberi layanan Kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap dan perilaku yang dibutuhkan.

Didalam standar pelayanan CV. DUTA PUSTAKA sudah ditetapkan bebagi macam aturan yang harus ditaati dan di penuhi oleh petugas Customer Service Representative mulai dari bagaimana cara melayani atau penanggapi pelanggan dan cara berpenampilan. Dari latar belakang yang diuraikan di atas, membuat penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Karena CV. DUTA PUSTAKA adalah perusahaan UMKM yang bergerak dibidang Sarana dan Prasarana Penyedia Sekolah untuk meningkatkan dan mempertahankan jumlah pelanggannya CV. DUTA PUSTAKA perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan, kualitas pelayanan tersebut menyangkut lima dimensi kualitas jasa yaitu Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty. Dengan kualitas jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan tercipta suatu kepuasan pelanggan dari pelayanan yang telah diberikan.

Pembahasan

a. Pengertian Jasa

Menurut Philip Kotler dalam Bangun Kuntoro Harjo dan Asri Laksmi Riani, (2003: 124) mengemukakan bahwa "jasa merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan produk fisik"

Definisi dan konsep jasa mencakup semua kegiatan ekonomi yang produksinya bukan berupa produk atau bahan kondisi fisik, yang dimana secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan menghasilkan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (kenyamanan, liburan, kecepatan, dan kesehatan) yang secara prinsip tidak berwujud (intangible) bagi pembeli pertamanya (Zeithmal dan Berry dalam Yazid, 1999: 2)

Menurut Wykof dalam Fandy Tjiptono (2000:59) kualitas jasa adalah keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* (Parasuraman, 1985: 33-46). Apabila pelayanan yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan. Jika Jasa yang diterima pelanggan, maka dipersepsikan sebagai yang ideal, sebaliknya jika jasa melampaui harapan kualitas jasa kualitas dan kuantitas yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. keinginan dan kebutuhan pelanggan.

b. Karakteristik jasa

Karakteristik jasa menurut Zeithaml dan Bitner (2003:20).

1. Tidak terwujud, tidak dapat dilihat, diraba, dicium maupun didengar sebelum dibeli.
2. Jasa tidak terpisahkan, jasa pada umumnya dijual terlebih dahulu baru kemudian di konsumsi bersamaan.
3. Jasa bervariasi, banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung kepada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

c. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui (Gerson, 2010). Kepuasan pelanggan bermakna perbandingan antara apa yang diharapkan konsumen dengan apa yang dirasakan konsumen ketika menggunakan produk tersebut. Jika konsumen merasa kinerja produk sama atau melebihi harapannya, berarti mereka puas. Sebaliknya jika performa produk kurang dari ekspektasinya, berarti mereka tidak puas. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya.

Kepuasan adalah pleasurable fulfillment yaitu terpenuhinya harapan pelanggan dengan memuaskan (Oliver, 2010). Kepuasan pelanggan merupakan reaksi emosional pelanggan pasca- pembelian yang dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan atau kesenangan (Lovelock & Wright, 2007). Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja layanan yang dirasakan dibanding dengan harapan (Kotler & Keller, 2016). Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya (Yamit, 2013).

Kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Sumarwan, 2012). Menilai kepuasan konsumen, menganjurkan penggunaan multi-item scale yaitu tidak saja mengevaluasi kepuasan pelanggan dari sisi layanan perusahaan, tetapi juga komponen dalam proses layanan (Oliver, 2010). Dalam pengukuran kepuasan, indikator yang digunakan adalah: ketanggapan pelayanan, profesionalisme dan kepuasan menyeluruh dengan jasa (Supranto, 2011).

Tingkat kepuasan pelanggan mengacu pada fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan diharapkan. Apabila kinerja, terutama kinerja pelayanan (customer service) dan yang lainnya sebagai harapan, maka pelanggan akan tidak merasa puas. Bila kinerja sesuai dengan harapan konsumen maka akan memberikan ungkapan atau ucapan rasa kepuasannya. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan pelanggan pelanggan akan sangat puas harapan pelanggan dapat dibentuk oleh masa lampau,

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitive terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang Perusahaan.

Untuk mempertahankan kepuasan pelanggan Perusahaan harus melakukan empat hal yaitu di antara lainnya:

1. Mengindefitikasi siapa pelaggannya.
2. Memahami Tingkat harapan pelanggan atas kualitas Perusahaan.
3. Memahami strategi kualitas layanan pelanggan, dan
4. Memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan, suatu Perusahaan perlu mengindetikasikan pelanggan, karna kepuasan pelanggan ini tercapai apabila kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi.

Methode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di CV. Duta Pustaka yang beralamat di Taman Mutiara Indah Blok J5 No 10, Kaligandu Kec. Serang, Kota Serang Prov. Banten, 42116. Penelitisi ini dilakukan dengan untuk menganalisis standar pelayanan bagi customer service (CS) terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan CV. Duta Pustaka. Populasi yang di pakai adalah pelanggan (satdik) CV. Duta Pustaka, lalu sampel nya adalah pelanggan CV .Duta Pustaka sebanyak 7 orang sebagai responden. Lalu responden tersebut merupakan pelanggan yang pernah melakukan transaksi, sehingga sudah merasakan pelayanan yang diberikan oleh customer service CV. Duta Pustaka. Dalam pengelolaan data menggunakan Teknik analisis kuantitatif terdapat dua variabel yang dipakai Dimana X adalah Tingkat kinerja pelayanan yang memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan. Untuk mengukur Tingkat kepentingan dan kinerja masing-masing sebagai berikut:

- a. Untuk harapan konsumen:
 1. Sangat Setuju diberi skor 6.
 2. Setuju diberi skor 2.
 3. Tidak setuju diberi skor 0
 4. Sangat tidak setuju diberi skor 0.

$$\text{Skor} = (SS \times 6) + (S \times 2) + (TS \times 0) + (STS \times 0)$$

- b. Untuk kinerja karyawan:
 1. Sangat Setuju diberi skor 7.
 2. Setuju diberi skor 0.
 3. Tidak setuju diberi skor 0
 0. Sangat tidak setuju diberi skor

$$\text{Skor} = (SS \times 7) + (S \times 0) + (TS \times 0) + (STS \times 0)$$

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dan skor harapan konsumen, tingkat kesesuaian inilah akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Cara mengukur Tingkat kepuasan konsumen menggunakan analisis Tingkat kinerja dan kepentingan atau harapan dari pelanggan.

Pembahasan

Profil Usaha CV. Duta Pustaka

CV. Duta Pustaka berdiri pada tahun 2019. Dengan berlandaskan kepercayaan akan kemampuan secara profesional dan memenuhi kebutuhan dan keinginan sekolah. CV. Duta Pustaka merupakan sebuah Perusahaan UMKM yang bergerak di bidang sarana dan prasarana sekolah meliputi pemeliharaan Gedung sekolah, pembanguna Gedung sekolah, penyedia ATK dan Alat kebersihan, serta penyedia bahan atau alat praktik siswa. CV. Duta Pustaka selalu menjaga hubungan kerja sama jangka menengah, jangka pendek, maupun, jangka panjang.

Visi Perusahaan: Menjadi perusahaan penyedia barang dan jasa terbaik di Banten

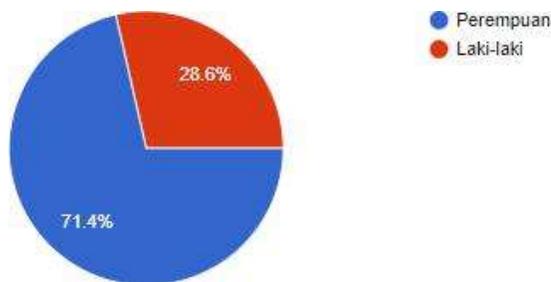
Misi Perusahaan:

- Menyediakan layanan terbaik bagi customer
- Menciptakan iklim perusahaan yang sehat dan menyenangkan

Data Responden

a. Jenis Kelamin

Dimaksud untuk mengetahui seberapa jauh keterlibatan responden laki-laki dan Perempuan dalam penelitian ini

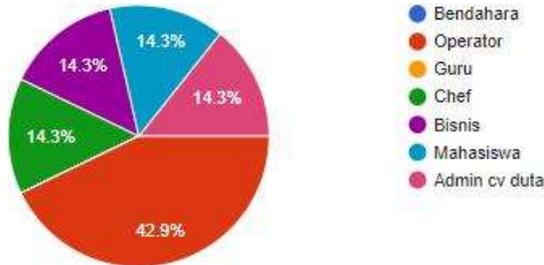


Dapat diketahui bahwa dari 7 responden yang diambil dalam penelitian Mengenai analisis standar pelayanan bagian customer service terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Duta Pustaka berdasarkan jenis kelamin adalah 28.6% pembeli laki-laki sedangkan yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 71.4%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian pelanggan CV. Duta Pustaka berjenis kelamin Perempuan.

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

b. Pendidikan Responden



Untuk mengetahui seberapa jauh keterlibatan pada responden berdasarkan pekerjaan. menunjukkan bahwa sebanyak 14.3% pelanggan berprofesi sebagai pelajar atau mahasiswa, 14.3% berprofesi sebagai admin, 42.9% berprofesi sebagai operator, dan sisanya sebanyak 18.6% memiliki profesi lain.

1. Pengembangan Sumber Daya Manusia atau SDM adalah kegiatan yang harus dilakukan oleh Perusahaan, agar pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan agar sesuai dengan tujuan pekerjaan yang mereka lakukan. pengembangan sumber daya manusia jangka panjang berbeda dengan pelatihan untuk jabatan yang khusus makin bertambah yang penting bagi seseorang. Pengembangan sumber daya manusia bagi karyawan adalah suatu proses belajar atau berlatih secara sistemis untuk meningkatkan kompetensi dan kinerja dalam pekerjaannya sekarang dan menyiapkan untuk peran dan tanggung jawab yang akan datang. Jika karyawan dikembangkan dengan sebaik-baiknya, banyak lowongan-lowongan jabatan yang ditemukan melalui perencanaan sumber daya manusia dapat diisi dari dalam. Promosi dan mutasi juga menunjukkan kepada karyawan bahwa mereka mempunyai karir, bukan sekedar suatu jabatan. Pengembangan sumber daya manusia merupakan suatu cara yang efektif untuk mengatasi beberapa tantangan yang dihadapi oleh kebanyakan organisasi yang besar. Pengembangan sumber daya manusia saat ini, dapat dilihat sebagai pertumbuhan kemampuan yang terjadi jauh melampaui apa-apa yang dituntut dalam suatu pekerjaan.

Tujuan pengembangan SDM adalah untuk meningkatkan kualitas profesional dan keterampilan pegawai dalam melaksanakan tugas dan fungsinya secara optimal. Dengan mengembangkan kecakapan pegawai dimaksudkan sebagai setiap usaha dari pimpinan untuk menambah keahlian kerja tiap pegawai sehingga di dalam melakukan tugas tugasnya yang akan lebih efisien dan produktif.

2. Perencanaan Sumber Daya Manusia (SDM) adalah dua proses penting dalam pengelolaan sumber daya manusia, proses yang menentukan jumlah, kualitas, dan jenis karyawan yang dibutuhkan oleh Perusahaan untuk mencapai tujuan. Perencanaan SDM berpengaruh terhadap kinerja karyawan, baik secara langsung atau tidak langsung.

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

Factor-faktor yang mempengaruhi Perencanaan SDM dipengaruhi oleh berbagai factor baik yang berasal dari dalam organisasi (internal) maupun dari luar organisasi (eksternal) di antaranya:

- a. Factor-faktor eksternal hal yang perkembangannya berada diluar kemampuan organisasi yaitu teknologi, sosial budaya, politik, ekonomi, dan pesaing.
- b. Factor-faktor internal kendala yang terdapat didalam Perusahaan itu sendiri yaitu estimasi produksi, system marketing dan pasar, dan rencana strategik.

Factor factor ini sangatlah berpengaruh dalam perencanaan sumber daya manusia

3. Manajemen Kompensasi dan Tunjangan

adalah proses pengembangan dan penerapan strategi, kebijakan, serta sistem kompensasi yang membantu organisasi untuk mencapai sasarannya dengan mendapatkan dan mempertahankan orang yang diperlukan dan dengan meningkatkan motivasi serta komitmen mereka. Pemberian kompensasi yang tepat dapat mencegah pegawai keluar dari perusahaan, maksudnya dalam artian yang layak dan sebanding dengan kinerja yang dilakukan oleh pegawai oleh karna itu kompensasi tidak dapat sembarangan tanpa perhitungan dan pertimbangan yang matang.

Dalam pemberian kompensasi diperlukan manajemen kompensasi, manajemen kompensasi tersebut harus mendukung strategi usaha secara menyeluruh. Manajemen kompensasi adalah hal yang mempunyai sifat eksklusif terpisah dari bagian yang lain dalam Perusahaan. Sistem nonfinansial yang dikembangkan oleh manajemen kompensasi akan memuaskan kebutuhan seseorang atas tantangan, tanggung jawab, pengaruh dalam pengambilan Keputusan.

Dari sudut pandang organisasi, pemberian imbalan atas jasa atau pendapatan akan selalu dikaitkan dengan kuantitas, kualitas dan manfaat dari jasa yang diberikan pegawai kepada organisasi tempatnya bekerja. Hal ini akan mempengaruhi sejauh mana tujuan organisasi dicapai dan bahkan dapat mempengaruhi kelangsungan hidupnya. Selainitu, harus pula diakui bahwa penghasilan pegawai pada hakikatnya termasuk dalam komponen biaya.

a. Bentuk kompensasi

Kompensasi dalam bentuk gaji pada umumnya berbentuk uang sehingga kemungkinan nilainya dapat berfluktuasi. Di Indonesia, sejauh ini nilai rupiah belum bisa dikatakan stabil. Misalnya, dengan adanya kebijaksanaan pemerintah tentang devaluasi maka meskipun upah yang diterima dalam rupiah adalah sama, tetapi secara riil daya belinya akan turun maka dari itu persahaan harus mengikuti turun naiknya nilai rupiah dan mencoba menyesuaikan keuangan. Setiap Perusahaan harus meneliti pengaruh perubahan nilai uang (rupiah) terhadap karyawannya. Maka dari itu permasalahan ini harus menjadi bahan pertimbangan organisasi dapat memutuskan untuk menaikkan upah, bila mana kenaikan upah tersebut justru lebih baik..

MANTRA

JURNAL MANAJEMEN STRATEGIS

b. Penetapan Kompenasi

Penting untuk menentukan tingkat kompensasi yang memadai karena jika kita menentukan tingkat kompensasi di bawah tingkat kebutuhan yang wajar. Maka dapat menyulitkan Perusahaan. Kesulitan tersebut antara lain perusahaan tersebut akan dianggap melanggar secara yuridis, tidak tahu etika, kurang mempunyai rasa kemanusiaan dan sebagainya. Hal lain yang tidak kalah penting, adalah kemungkinan perusahaan tersebut tidak dapat memperoleh pegawai, moral, dan disiplin kerja sangat rendah. Hal itu, justru akan merugikan organisasi dan menjatuhkan nama perusahaan yang bersangkutan.

Bila kompensasi yang diberikan pada pegawainya tersebut terlalu kecil bila dibandingkan dengan organisasi lain, maka ada kesempatan lain menimbulkan kecenderungan pindahnya pegawai tersebut ke perusaahn lain. Hal ini perlu dipertimbangkan secara khusus bagi karyawan yang penting, karena mereka seringkali diberikan latihan dengan biaya yang cukup tinggi.

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan di atas menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap konsumen. Demikian semakin baik kualitas layanan marketplace SiPLah maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleng konsumen. Kepercayaan konsumen berpengaruh secara langsung terhadap perencanaan sdm, pengembangan sdm, dan penetapan kompensasi di suatu Perusahaan. Oleh karna itu marketplace perlu selalu menjaga dan meningkatkan kultas pelayanan, kepuasan pelanggan untuk mempertahankan kepercayaan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Penyedia harus lebih informasi yang baik berupa tentang spesifikasi produk dan jasa yang dipasarkan serta system pembayarannya dan bagaimana cara melakukan transaksi, maka konsumen merasa terlayani dengan baik sehingga mereka merasa puas.

Daftar Pustaka

- Netalia Marliza 2023“ Kinerja Pengelola Dana Bos Di Sekolah Menengah Pertama Smp) Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu”
- Modul Dr. Muh. Kadarisman ” Pengertian Dan Filosofi Manajemen Kompensasi”
- Tjiptono, F. 2007. Strategi Pemasaran.Edisi Kedua, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yazid 2003. Pemasaran Jasa (Konsep Dan Implementasi). Penerbit Andi.
- Kotler, Philip. & Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Ke Tiga Belas. Jakarta: Erlangga