

**Tinjauan Layanan Customer Service Kepada Kepuasan Pelanggan
Pada PT Woodland Propertindo Group
(Studi Kasus Pada Pelanggan PT Woodland Propertindo Group Tahun
2021)**

**Overview of Customer Service and Customer Satisfaction at PT Woodland Propertindo
Group
(Case Study on PT Woodland Propertindo Group Customers in 2021)**

Fiqhi Fahrezy¹ Leni Cahyani, S.Sos.I., M.M. ²

Prodi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

Email: fiqhifahrezy@gmail.com , lenicahyani@tass.telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Keberadaan *Property* perumahan di kota bandung maupun di kota besar lainnya menimbulkan persaingan di antara perusahaan properti tersebut. Masing-masing perusahaan properti melalui standar operasional pelayanan dalam melayani konsumen. Dalam pelayanan, customer service dapat dikatakan sebagai pondasi dari perusahaan properti, karena nilai pelayanan paling besar ditanggung oleh customer service. Selain melayani konsumen, customer service juga memiliki tugas untuk memperkenalkan dan memasarkan produk mereka. Oleh karenanya setiap perusahaan properti harus memiliki customer service yang mampu bersaing dan professional dalam menjalankan tugasnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak pelayanan customer service terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada manager marketing, customer service dan beberapa konsumen dari perusahaan PT. Woodlands Propertindo, cara ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh keterangan dan data penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data-data mengenai profil dan struktur organisasi PT. Woodlands Propertindo. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, penelitian ini berangkat dari fakta di lapangan untuk di generalisasikan berdasarkan teori teori yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian, dampak pelayanan customer service terhadap kepuasan konsumen PT. Woodlands Propertindo dapat dilihat berdasarkan penilaian konsumen terhadap faktor kualitas pelayanan. Penilaian tersebut dapat dijadikan tolak ukur bagi pihak perusahaan khususnya Customer Service dalam memperbaiki pelayanannya.

Kata kunci : Customer Service dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The existence of residential properties in the city of Bandung and in other big cities creates competition among these property companies. Each property company goes through standard operational services in serving customers. In service, customer service can be said to be the foundation of a property company, because the greatest value of service is borne by customer service. In addition to serving consumers, customer service also has a duty to introduce and market their products. Therefore, every property company must have a customer service that is able to compete and be professional in carrying out its duties.

This study aims to determine how the impact of customer service on customer satisfaction. This research uses interview and documentation methods. Interviews were conducted with marketing managers, customer service and several customers from the company PT. Woodlands Propertindo, this method is carried out in order to obtain information and research data. Documentation is used to obtain data regarding the profile and organizational structure of PT. Woodlands Propertindo. This research is descriptive qualitative in nature, this research departs from facts in the field to be generalized based on existing theoretical theories.

Based on the research results, the impact of customer service on customer satisfaction at PT. Woodlands Propertindo can be seen based on consumer assessment of service quality factors. This assessment can be used as a benchmark for the company, especially Customer Service in improving its services

keyword: customer service and customer satisfaction

1. Latar belakang

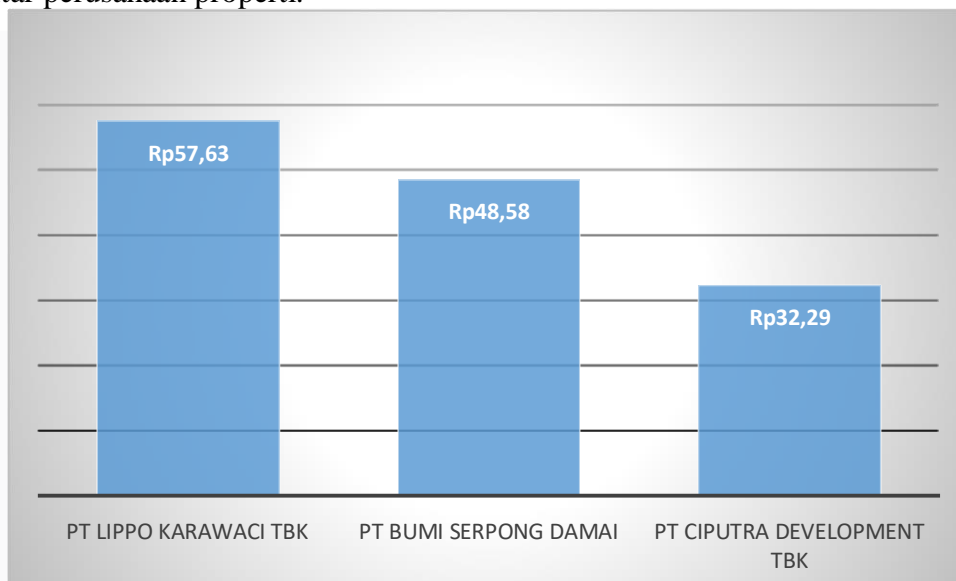
Perkembangan dunia properti sangat meningkat signifikan seiring dengan inventasi jangka Panjang yang lagi trending pada saat ini, dimana properti sangat menjanjikan keuntungan yang sangat tinggi bagi para investor. Bisnis *property* juga banyak dilirik oleh para pengusaha pada saat ini Ketika permintaan akan kebutuhan pribadi semakin meningkat.

Persaingan perusahaan properti menjadi semakin ketat dan tajam, membuat semua perusahaan khususnya jasa properti berlomba lomba dalam meningkatkan pelayanan yang prima kepada para konsumen. Persaingan properti pada saat sekarang ini cukuplah ketat, kualitas pelayanan Properti yang dilakukan Customer Service dapat menjadi salah satu faktor kemajuan dan keberlangsungan Properti itu sendiri.

Top Marketing Communication in Housing Category

1. PT Agung Podomoro Land Tbk - Podomoro Park Bandung
2. Intiland Development Tbk - Serenia Hills
3. PT Bakrieland Development Tbk - Bogor Nirwana Residence
4. PT Jababeka Tbk - D'Java Residence
5. PT Gapura Kencana Abadi - Pinewood Residence
6. Suryamas Group - Royal Tajur

Dari sekian banyaknya perusahaan properti ternama yang ada di Indonesia, maka Anda harus tahu 10 perusahaan properti terbesar di Indonesia yang sudah masuk sebagai daftar perusahaan properti.



gambar 1 Nilai asset perusahaan properti

Sumber: Pengembangan Properti
Jawa Barat, 2018

Yang pertama PT Lippo Karawaci Tbk dengan jumlah nilai aset mencapai hingga Rp 57,63 triliun sampai dengan kuartal pertama di tahun 2018. Sedangkan untuk angka itu pun terus mengalami peningkatan, terhitung dari tahun 2017 dengan jumlahnya yang mampu mencapai hingga Rp 56,77 triliun.. Perusahaan kedua terbesar yang ada di Indonesia PT Bumi Serpong Damai mencapai hingga Rp 48,58 triliun sampai dengan kuartal pertama di tahun 2018.. Perusahaan ketiga terbesar yang ada di Indonesia PT Ciputra Development Tbk total aset mencapai hingga Rp

32,29 triliun. Aset yang dimilikinya itu pun selalu bertambah. Perusahaan ke empat terbesar di Indonesia yaitu PT Agung Podomoro Land Tbk Proyek yang saat ini sedang dipasarkan oleh PT Agung Podomoro Land Tbk adalah Podomoro Park yang memiliki luas mencapai 100 hektar yang berada di Bandung Selatan.

Seorang customer service diuntut untuk tepat waktu dalam melayani Pelanggan. Tugas customer service memberikan layanan yang cepat, memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada para konsumen. customer service bertugas untuk melayani konsumen dengan cepat dan tepat, dan sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh konsumennya. termasuk merayu atau membujuk agar konsumen membeli *property* yang di jual.

Adanya masalah yang terjadi pada produk yang di beli oleh konsumen membuat konsumen mengeluhkan hal tersebut kepada perusahaan dan layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen tersebut kurang sopan, itu yang membuat konsumen merasa tidak nyaman dengan layanan yang di berikan oleh perusahaan.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu metode untuk menemukan secara khusus dan realistis tentang apa yang tengah terjadi pada suatu saat di masyarakat. Pengumpulan data dilakukan langsung dengan mendekati para responden baik dengan melakukan interview (wawancara), maupun dengan jalan observasi. Maksud dari penelitian ini yaitu mempelajari secara mendalam tentang bagaimana dampak pelayanan customer service terhadap kepuasan pelanggan terhadap PT Woodlands Propertindo, yaitu dengan penelitian yang secara langsung dan datadata dapat diperoleh dari lapangan dengan tempat penelitian pada PT Woodlands Propertindo. Adapun sifat penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Bogdan Taylor sebagaimana yang dikutip oleh Lexy J. Moleong mendefinisikan metode kualitatif “Sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata bertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diminati.

3. Dasar Teori

Manajemen pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong dalam bukunya (2018, 34) mengemukakan “*We define marketing management as the art and science of choosing target markets and building profitable relationships with them. Simply put, marketing management is customer management and demand management.*”

Layanan konsumen

Menurut (Herlambang, 2018) Pelayanan prima adalah, “Salah satu usaha yang dilakukan perusahaan atau organisasi dalam rangka melayani pelanggan dengan sebaik-baiknya, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dalam rangka memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan, baik berupa produk atau jasa”.

Customer Service

Menurut (Kasmir,2017) mengemukakan bahwa Customer Service (CS) merupakan petugas atau karyawan yang sengaja di bentuk untuk melayani pelanggan atau nasabah oleh berbagai perusahaan seperti perbankan, asuransi, penggadaian, lembaga pembayaran atau yang lainnya.

Peranan customer service

Customer service memegang peranan sangat penting diberbagai perusahaan. Dalam dunia perbankan, tugas utama bagi seorang customer service adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. customer service bank dalam melayani para nasabah

selalu berusaha menarik dengan cara meyakinkan para calon nasabah agar menjadi pelanggan.

Dalam praktiknya, fungsi customer service adalah sebagai berikut:

1. Sebagai Resepsionis Sebagai resepsionis artinya seorang customer service berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke bank. Tamu yang dimaksud adalah nasabah yang datang ke bank. Fungsinya dalam hal melayani pertanyaan yang diajukan nasabah dan member informasi yang diinginkan nasabah selengkap mungkin.
2. Sebagai Deskman Sebagai Deskman artinya customer service berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. dalam hal ini customer service memberikan informasi mengenai produk-produk bank, menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk bank serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi.
3. Sebagai Salesman Sebagai salesman maksudnya customer service berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana cross selling.
4. Sebagai customer relation officer 42 Orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk membujuk atau merayu agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan apabila menghadapi masalah.

Sebagai komunikator orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.

Kepuasan pelanggan

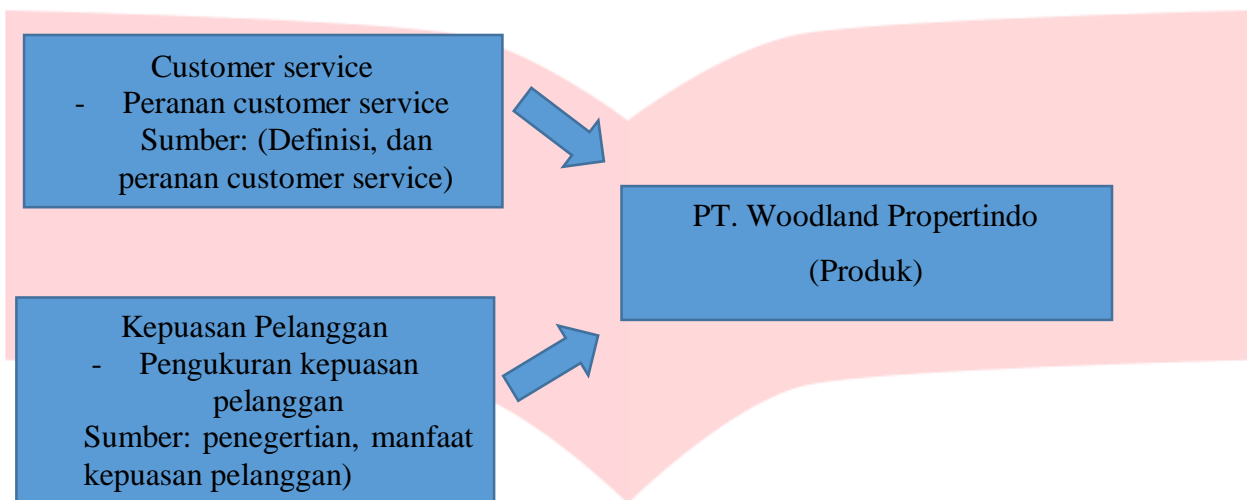
Menurut nugroho dalam purnomo edwin setyo (2017), menjelaskan bahwa kepuasan konsumen (pelanggan) merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tadi.

Mengukur Kepuasan Konsumen (Tijption, 2018) metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen dapat dengan cara:

- ❖ Pengukuran dapat dilakukan dengan secara langsung dengan pertanyaan.
- ❖ Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang dirasakan.
- ❖ Responden diminta untuk menuliskan masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan yang mereka sarankan.

Responden dapat diminta untuk member penilaian berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya, setiap elemen, dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

4. Kerangka Pemikiran



gambar 2 Kerangka Pemikiran

5. Pembahasan

Dari hasil wawancara peneliti akan menyimpulkan jawaban dan hubungan dengan teori yang di buat, sebagai berikut:

- Dari pertanyaan pertama, apakah customer service selalu membantu memecahkan masalah para customer nya
Kesimpulannya: menurut peneliti customer service pada PT. Woodlands sendiri akan membantu memecahkan masalah yang terjadi pada para customer mereka, dan menurut peneliti Customer merasa puas dengan layanan dari customer service dari PT. Woodlands
- Pertanyaan kedua, apakah customer service selalu mengutamakan para customernya, Kesimpulannya sebagai berikut:
Kesimpulan: Iya, menurut peneliti Customer Service pada PT. Woolands sendiri selalu mengutamakan para Customer mereka karena itu merupakan tugas dari seorang Customer service.
- Pertanyaan ketiga, bagaimana pemrosesan keluhan pelanggan, kesimpulannya sebagai berikut:
Kesimpulan: Menurut peneliti pemrosesan dari keluhan pelanggan sendiri ialah cepat, dimana keluhan dari pelanggan sendiri langsung di proses oleh pihak perusahaan dengan begitu pelanggan merasa puas dimana keluhan mereka langsung di proses dengan baik oleh pihak Customer Service.
- Pertanyaan keempat, tentang bagaimana ketersediaan kantor dari PT. Woodlands Propertindo, kesimpulannya sebagai berikut:
Kesimpulan: menurut peneliti, Ketersediaan kantor dari PT. Woolands sendiri sudah terbilang bersih dan juga nyaman untuk melayani para Customer, itu merupakan kepuasan tersendiri bagi para Customer jika mereka dilayani dengan ketersediaan kantor yang nyaman dan juga bersih.
- Pertanyaan kelima, bagaimana pengetahuan dari customer service dalam melayani para customernya, Kesimpulannya sebagai berikut

Kesimpulan: menurut peneliti, pengetahuan dari Customer Service dari PT. Woodlands sendiri sudah sangat bagus dimana mereka bisa menjelaskan dan juga melayani para Customer mereka dengan baik, Karena itu merupakan tugas dari seorang Customer Service.

6. Kesimpulan

PT. Woodlands propertindo merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang properti yang berlokasi di daerah Jawa Barat. Produk yang dijual oleh PT. Woodlands propertindo yaitu rumah yang minimalis dan juga sangat cocok untuk anak millenials.

Dari hasil observasi dan Wawancara secara mendalam dengan para karyawan PT. Woodlands Propertindo dapat disimpulkan sebagai berikut:

- ❖ Customer service dari PT. Woodlands Propertindo sudah berjalan dengan baik dari segi pelayanan, ketepatan waktu, keterampilan, kesopanan dan juga bagaimana cara mereka memproses keluhan para pelanggan mereka.
- ❖ Walaupun sempat terjadi kesalahan pelayanan dari Customer Service PT. Woodland tetapi para pelanggan merasa puas dengan layanan yang di berikan.

DAFTAR PUSTAKA

Assauri. (2017). pemasaran. *American Marketing Association*, 3.

herlambang. (2018). *pelayanan prima* .

nugroho. (2017). kepuasan konsumen. *purnomo edwin setyo .. rangkuti*. (2017).

customer service. sugiono. ((2017}). metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. *Bandung: Alfabeta*.

sugiono. ((2018)). metode penelitian kualitatif, kuantitatif, R&D. *Bandung:*

Alfabeta.

Tjiption. (2018). Kepuasan Konsumen . *Bandung: Alfabeta*.