

PENINGKATAN PELAYANAN PELANGGAN PADA PERTAMINA ENDURO EXPRESS NITROGEN GO

¹Gregorius Anggana L, ²Arief Himmawan DN, ^{*3}Pancawati Hardiningsih, ⁴Sri Nawatmi
^{1,2,3}Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank, Semarang
⁴Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank, Semarang
^{*}pancawati@edu.unisbank.ac.id

Abstrak

Outlet pengisian nitrogen di SPBU mengalami peningkatan menjadi lebih 1000 dengan berbagai merek, sehingga layanan pengisian angin ban dengan nitrogen semakin marak. Hal ini menuntut layanan lebih baik dalam pemberian *service excellent* kepada pelanggan di setiap stasiun pengisian bahan bakar (SPBU) milik PT Pertamina. Namun nyatanya belum banyak pengguna kendaraan yang paham betul dengan manfaat serta keuntungan dari penggunaan nitrogen pada ban. Pelatihan layanan ini ditujukan pada operator Pertamina Enduro Express Nitrogen Go dengan tujuan memberikan wawasan tentang *service excellence* kepada pelanggan. Pelatihan diikuti 25 operator mitra migas dari kota Semarang, kabupaten Semarang, kota Salatiga, kota Magelang dan kabupaten Magelang. Hasil pelatihan menunjukkan operator dalam menjalankan tugas dan kewajibannya sudah sesuai dengan SOP yang ditetapkan perusahaan dan pihak regulasi. Untuk meningkatkan kinerja dan fungsi operator, maka perlu sistem pencatatan tugas operator secara konsisten setiap shift, harian, mingguan maupun bulanan. Perlu diterapkan sistem pengawasan/pengendalian dan pemberian *reward dan punishment* untuk meningkatkan produktivitas kerja.

Keywords: Customer service, service excellent, perilaku konsumen, kepuasan pelanggan

Abstract

Nitrogen filling outlets at gas stations have increased to more than 1000 with various brands, so that the service of filling tires with nitrogen is increasingly widespread. This demands better service in providing excellent service to customers at every gas station owned by PT Pertamina. But in fact not many vehicle users really understand the benefits and advantages of using nitrogen in tires. This service training is aimed at Pertamina Enduro Express Nitrogen Go operators with the aim of providing insight into service excellence to customers. The training was attended by 25 oil and gas partner operators from the city of Semarang, Semarang district, Salatiga city, Magelang city and Magelang district. The results of the training show that the operators in carrying out their duties and obligations are in accordance with the SOPs set by the company and regulatory parties. To improve the performance and function of operators, it is necessary to have a system for recording operator duties consistently every shift, daily, weekly or monthly. It is necessary to implement a monitoring/control system and the provision of rewards and punishments to increase work productivity.

Keywords: Customer service, excellent service, consumer behavior, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Semakin ketatnya persaingan dan terjadinya perubahan di pasar membuat para pemasar harus menerapkan sebuah strategi yang jitu agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan dan bahkan sebagai pemimpin pasar. Dalam menghadapi persaingan yang ketat banyak pelaku usaha melakukan strategi seperti memberikan pelayanan yang memuaskan dan strategi pemasaran yang baik untuk dapat memenangkan produk di pasar. Demikian halnya dengan persaingan yang terjadi di Outlet Pengisian Angin Nitrogen tempat di mana kendaraan bermotor bisa memperoleh layanan pengisian angin.

Industri otomotif merupakan salah satu pilar terpenting dalam sektor manufaktur di Indonesia karena terdapat banyak perusahaan mobil dengan merek terkenal membuka pabrik-pabrik manufaktur di Indonesia. Indonesia memiliki industri manufaktur mobil terbesar kedua di Asia Tenggara dan di wilayah ASEAN. Penjualan mobil di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, yang juga diiringi dengan meningkatnya kesadaran konsumen untuk menjaga performa

dari kendaraannya sendiri.

Salah satu performa dari kendaraan yang diperhatikan pemilik kendaraan adalah performa ban karena terkait dengan keselamatan berkendara. Salah satu cara menjaga performansi ban kendaraan yaitu dengan memperhatikan pengisian angin pada ban tersebut.

Pengisian angin bisa dilakukan dengan angin biasa (udara) atau gas nitrogen. Meskipun demikian, pengisian angin (udara) lebih murah dan bisa didapatkan gratis dibandingkan dengan gas nitrogen. Namun, kualitas dan manfaat nitrogen jauh berbeda dibanding angin biasa. Kelebihan kualitas nitrogen diantaranya memiliki partikel gas yang lebih besar sehingga daya cengkram ban lebih stabil dan meringankan kerja mesin dan pada akhirnya dapat menghemat BBM (Bahan Bakar Minyak).

Pengetahuan konsumen akan manfaat angin nitrogen dibanding angin biasa berawal dari toko ban besar dan bengkel besar. Toko ban besar memberi bonus pengisian angin nitrogen untuk pembelian ban dan menjelaskan manfaat angin nitrogen bagi ban. Demikian juga bengkel besar memberikan tambahan layanan berupa pengisian angin nitrogen. Konsumen yang telah merasakan manfaat kelebihan angin nitrogen ini akan terus mengisi ulang ban kendaraan dengan angin nitrogen juga.

Kebutuhan pengisian angin nitrogen ini mendorong pengusaha ekonomi kreatif untuk menghadirkan layanan pengisian angin nitrogen yang mudah dijangkau pengendara mobil. Tempat yang paling mudah dijangkau adalah SPBU, karena selain menjadi tempat pengisian bahan bakar juga terdapat fasilitas lain yaitu tempat peristirahatan atau *rest area*, *minimarket*, restoran, ATM dan lain lain. Dengan demikian, di banyak SPBU sering ditemukan pengisian angin nitrogen dengan berbagai merek.

Saat ini outlet pengisian nitrogen di SPBU terus bertambah menjadi lebih 1000 outlet dengan lebih dari 10 merek, sehingga layanan pengisian angin ban dengan nitrogen semakin menjamur. Hampir di setiap stasiun pengisian bahan bakar (SPBU) milik PT Pertamina sekarang menyediakan layanan tersebut. Namun nyatanya belum banyak pengguna kendaraan yang paham betul dengan manfaat serta keuntungan dari penggunaan nitrogen pada ban. Kelebihan penggunaan nitrogen untuk mengisi tekanan udara pada ban bisa memberikan kualitas yang lebih baik dalam berkendara.

Pernyataan kepala bengkel Astra Daihatsu Pamulang Robin Chandra Wijaya menyatakan bahwa jika ban diisi dengan nitrogen, tekanan dalam ban akan lebih stabil. Karena nitrogein itu gas murni dengan susunan molekul-molekul yang lebih rapat. Karena sifat molekulnya yang lebih rapat, saat ban bergesekan dengan jalan, pemuain di dalam ban tidak terjadi sehingga kemungkinan ban pecah karena temperatur terlalu tinggi bisa dihindari. Namun jika ban diisi dengan angin biasa yang masih bercampur dengan uap air, saat gesekan ban dengan aspal akan terjadi pemuain uap air dalam ban yang bisa membuat tekanan tidak stabil.

Lebih lanjut dijelaskan bahwa akibat tekanan yang lebih stabil, daya cengkram ke jalanan juga semakin membaik dan merata. Keuntungan lain adalah harga pengisian udara dengan nitrogen lebih mahal. Namun pendapat ini memiliki keuntungan lain, karena tekanan yang lebih stabil pada tiap permukaan ban, pengisian atau menambah angin bisa dilakukan lebih jarang jika dibandingkan dengan pengisian angin biasa.

Informasi tentang kemanfaatan pengisian nitrogen inilah perlu diketahui masyarakat melalui pemberian layanan dengan baik oleh operator pada outlet pengisian nitrogen di setiap SPBU. Karena dengan pemberian layanan yang baik ditunjang dengan wawasan pengetahuan operator lebih luas, maka akan menjadikan pelanggan lebih puas.

Pelayanan adalah memberikan layanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan didasarkan pada aksioma bahwa “pelayanan adalah pemberdayaan”. Pelayanan pada sektor bisnis berorientasi profit, sedangkan pelayanan pada sektor publik bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat secara sangat baik atau terbaik.

Tujuan pelatihan ini adalah memberikan perspektif/wawasan tentang pelayanan atau *service excellence* bagi karyawan/ operator Pertamina Enduro Express Nitrogen Go dalam memberikan

layanan kepada masyarakat.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagi karyawan/operator Pertamina Enduro Express Nitrogen Go ini diikuti sekitar 25. Peserta pelatihan terdiri dari perwakilan Mitra Migas Sejati di Kota Semarang, Kab. Semarang, Kota Salatiga, dan Kota Magelang. Adapun mitra sasaran tersebar di beberapa titik, yaitu Kota Semarang lokasi berada di SPBU di Jalan Gajah Raya 108 Semarang, Kabupaten Semarang lokasi di SPBU Suruh di Jalan Raya Suruh, Kota Magelang lokasi di SPBU Diponegoro di Jalan Diponegoro Magelang, dan Kabupaten Magelang lokasi di SPBU Banar di Jalan Mungkid Magelang.

Pelatihan dilakukan dua sesi. Sesi pertama peserta diberikan pengetahuan materi tentang *service excellence* dalam pemasaran, perilaku konsumen, dan *customer service*. Sedangkan sesi kedua dilakukan tanya jawab serta dan diskusi.

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Unisbank sebagai salah satu lembaga pendidikan yang memiliki sumber daya manusia dalam bidang manajemen ikut bertanggung jawab untuk memberikan pelatihan pelayanan bagi karyawan/operator Pertamina Enduro Express Nitrogen Go atau pihak eksternal yang menginginkan pelatihan tersebut, sehingga peserta bisa mengenal pelayanan yang memuaskan. Setelah mendapat pelatihan peserta akan lebih terbuka cara pandang tentang pelayanan/*service excellence* khususnya manajemen pemasaran.

Adapun manfaat pelatihan ini sebagai berikut:

- a). Masyarakat lebih bisa mengaplikasikan pengetahuan tentang pelayanan yang memuaskan.
- b). Bagi tim *trainer* dapat mentransfer ilmu dan mengamalkan pengetahuan tentang pelayanan kepada pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada sesi pertama, peserta diberikan bekal pengetahuan dan pemahaman tentang layanan prima dan peran *customer service*. Pelayanan prima adalah suatu pola layanan terbaik dalam manajemen modern yang mengutamakan kepedulian terhadap pelanggan. Layanan prima di dalam dunia bisnis disebut juga sebagai *service excellent*. Sebuah konsep layanan prima terdiri tiga (3) macam yaitu: (1) konsep sikap *attitude*, (2) konsep perhatian *attention*, dan (3) konsep tindakan *action*.

Service excellence mengacu pada kemampuan penyedia/standar layanan secara konsisten memenuhi dan terkadang bahkan melebihi ekspektasi pelanggan. Perusahaan yang menerapkan *service excellent* tentunya akan meningkatkan kinerja perusahaannya. Penerapan pelayanan prima ini bukan hanya untuk menarik banyak konsumen, tetapi juga untuk bekal bagi para karyawannya dalam penguasaan yang baik tentang produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam materi *service excellence* yang perlu diperhatikan adalah: (1) penampilan, (2) kesopanan dan ramah, (3) kesediaan melayani, (4) pengetahuan dan keahlian, (5) tepat waktu dan janji, (6) kejujuran dan kepercayaan, (7) efisiensi, dan (8) kepastian hukum.

Ketika perusahaan sudah menerapkan konsep *service excellent*, maka terdapat beberapa langkah-langkah untuk mewujudkan pelayanan prima, yaitu sosialisasi pelaksanaan Undang-Undang Nomor 25 tahun 2009, perubahan paradigma dan *mindset* aparatur pemerintah, penyusunan dan penerapan Standar Pelayanan Publik yang konsisten, dan penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP). Dalam penyusunan standarisasi pelayanan tersebut terdapat langkah-langkah yang harus ditempuh, antara lain: (1) inventarisasi tugas dan fungsi, (2) identifikasi jenis pelayanan, (3) identifikasi pengguna layanan, (4) identifikasi harapan pelanggan/survei harapan masyarakat, dan (5) perumusan visi, misi dan tupoksi pelayanan.

Terdapat empat langkah sebuah layanan prima yaitu: (1) memberikan sapaan ramah, (2) berikan batasan waktu pelayanan, (3) responsif dan reaktif, dan (4) lakukan survei dan evaluasi.

Untuk memenuhi standar pelayanan yang baik, dibutuhkan (1) karyawan yang berkualitas, (2) sarana dan prasarana lengkap, (3) bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai, dan (4) melayani secara cepat dan tepat.

Untuk menyelenggarakan pelayanan yang baik harus memenuhi (a) tersedianya karyawan yang baik, (b) tersedianya sarana dan prasarana yang baik, (c) bertanggung jawab kepada setiap nasabah (pelanggan) sejak awal hingga akhir, (d) mampu melayani secara cepat dan tepat, (e) mampu berkomunikasi, dan (f) memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi. Kualitas pelayanan dianggap baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, sementara jika melebihi apa yang diharapkan konsumen, maka dapat dikatakan pelayanan sangat memuaskan. Namun, terkadang ada juga pelayanan yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Berikut adalah 4 cara efektif agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik (1) bersikap ramah dan memiliki empati. Banyak bisnis kehilangan pelanggannya hanya karena mereka tidak bersikap ramah kepada konsumennya, (2) program loyalitas, (3) respon yang cepat dan tepat, dan (4) minta masukan dari konsumen anda.

Adanya perkembangan teknologi yang ada saat ini, maka berbagai permasalahan juga bermunculan termasuk komplain dari pelanggan. *Customer service* adalah ujung tombak sebuah perusahaan, karena harus dapat menjembatani antara perusahaan dan para klien dengan baik. *Customer service* harus dapat berkomunikasi dengan baik, untuk dapat mempromosikan produk, memberikan pelayanan yang baik. Jika seorang *customer service* dapat memberikan kepuasan pada para pelanggan tentunya akan menjadi kesuksesan juga bagi perusahaan tersebut.

Customer service yang baik, harus dapat memberikan pelayanan yang baik. Pelatihan *customer service* memang penting untuk dilakukan, dan pemberian materi pelatihan *customer service* penting untuk diberikan, agar para *customer service* dapat lebih memahami tugas yang dijalani seperti memberikan pelayanan yang baik, dapat memberikan penjelasan dengan baik, luwes, dll. Sehingga pelayanan yang diberikan akan menjadi lebih prima dan dapat memberikan citra yang baik untuk perusahaan. Perlu dipahami bahwa ketika pelanggan/konsumen merasa puas atas layanan yang diterima maka secara psikologis pelanggan akan semakin loyal dan tidak segan akan memberikan info pada pelanggan yang lain. Hal inilah merupakan faktor yang mempengaruhi/menentukan perilaku pemakaian/pemilihan konsumen atas suatu produk/layanan seperti a).faktor kebudayaan, b).faktor sosial, c).faktor pribadi, dan d).faktor psikologis.

Tujuan pemberian materi pelatihan *customer service* tentunya sangat baik, karena layanan yang diberikan *customer service* dapat lebih meningkatkan kemampuan diri sehingga pelayanan pada pelanggan menjadi lebih baik lagi. Ketika kemampuan seorang *customer service* meningkat maka akan mempengaruhi pencitraan perusahaan. Perusahaan akan lebih diuntungkan dengan kemampuan baru *customer service*. Pelatihan seperti ini pada dasarnya cocok untuk semua staff yang berhadapan langsung dengan para konsumen, jadi tidak hanya *customer service* saja.

Adapun materi pelatihan *customer service* dapat lebih meningkatkan kemampuan dalam melayani para pelanggan dengan baik adalah:

1. Memahami dengan baik konsep dasar pelayanan.

Ini materi dasar, karena seorang *customer service* harus benar-benar memahami dengan baik tugasnya sebagai *customer service*.

2. Memahami berbagai macam aturan dalam memberikan pelayanan.

Seorang *customer service* harus dapat memahami dengan baik berbagai macam aturan dalam memberikan pelayanan untuk para customer.

3. Mengerti dengan baik teknik komunikasi dan juga etika berkomunikasi

Penting bagi para *customer service* untuk dapat mengerti cara berkomunikasi dengan baik dan juga mengerti etika berkomunikasi yang baik pada para pelanggan.

4. Mengerti dengan baik teknik memberikan pelayanan dengan baik

Sorang *customer service* tentunya harus mengerti bagaimana cara memberikan pelayanan yang

baik bagi para customer.

5. Mengerti dengan baik teknik mengenal dan memahami para pelanggan
Tentunya ketika para *customer service* mengerti dan memahami para pelanggan dengan baik, maka mereka dapat memberikan pelayanan dan pemahaman bagi para pelanggan dengan sangat baik.
6. Dapat memahami harapan-harapan dan juga emosi para pelanggan
Customer service harus dapat memahami apa yang diinginkan oleh para pelanggan, harapan-harapan dan juga emosi yang dikeluarkan pelanggan ketika melakukan komunikasi dengan kita.
7. Mengerti dan memahami komplain dan juga dampak kegagalan dalam menangani komplain
Penting juga bagi para *customer service* untuk dapat memahami setiap komplain dari para pelanggan dengan baik. Para *customer service* juga harus dapat memahami bagaimana dampaknya jika gagal menangani komplain yang diberikan para pelanggan terhadap perusahaan atau terhadap dirinya.
8. Mengerti teknik menghadapi komplain para pelanggan
Seorang *customer service* tentunya harus dapat memahami berbagai macam komplain yang diberikan oleh para pelanggan dan juga mengerti bagaimana teknik untuk menghadapi para pelanggan tersebut.
9. Dapat menganalisa komplain dan menjadikan komplain tersebut sebagai proses untuk pengembangan pelayanan
Setiap komplain yang masuk, sebaiknya dijadikan sebagai sebuah pelajaran yang harus dipahami oleh setiap *customer service*, dan disana para *customer service* dapat lebih mengembangkan pelayanan untuk menghadapi para pelanggan.
10. Dapat membangun sistem penanganan terhadap keluhan pelanggan
Sebagai seorang *customer service* yang baik, tentunya harus dapat menghadapi para pelanggan dengan baik, dan dapat mengatasi berbagai keluhan dari para pelanggan.
11. Dapat meningkatkan komunikasi dan interpersonal *skill* dalam menghadapi komplain pelanggan

Hasil kegiatan pelatihan karyawan/operator Pertamina Enduro Express Nitrogen Go ini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan peserta pelatihan tentang pelayanan, serta pengetahuan pemasaran secara umum dapat meningkat.

Selanjutnya sesi kedua, peserta melakukan praktek secara langsung pada pelanggan dengan menerapkan SOP yang seharusnya. Lebih lanjut sebagai tolok ukur bahwa peserta pelatihan berhasil atas tugasnya adalah minimnya atau tidak ada komplain sama sekali dari pelanggan. Dan untuk menjaga/meningkatkan kepuasan pelanggan atas layanan yang sudah diberikan maka pelanggan diminta mengisi kuis umpan balik atas kepuasan dan memberikan masukan untuk menjadi lebih baik.

Setelah selesai mengikuti pelatihan ini peserta menjadi lebih trampil dan bertambah pengetahuan tentang pelayanan, penguatan manajemen sehingga pengetahuan ini dapat diterapkan pada masyarakat. Namun perlu adanya pelatihan lanjutan yang lebih intensif, khususnya bagaimana menjadi karyawan/operator, staf pemasaran yang profesional sehingga mampu bersaing



Gambar 1. Kegiatan Operator



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan

PENUTUP

Simpulan

Dari beberapa pertemuan dan pengamatan aktivitas operator, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Operator pada Pertamina Enduro Express Nitrogen Go, dalam menjalankan tugas dan kewajibannya sudah sesuai dengan SOP [*Standard Operational Procedure*] yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan dan pihak pengatur, walaupun karena faktor tertentu seperti kelelahan, kondisi kerja, dan cuaca sehingga menjadikan kurang optimal dalam menjalankan tugas.
2. Perlu dibuat suatu sistem pengawasan/pengendalian untuk mengetahui kinerja dan pelaksanaan fungsi-fungsi operator.

Dari kesimpulan pelaksanaan atau latar belakang dari pelaksanaan program ini, terdapat beberapa saran untuk perbaikan pelayanan operator, yaitu:

1. Perlu penggunaan sistem/cara pencacatan yang konsisten, sehingga dapat dilihat pelaksanaan tugas dan kinerja para operator secara periodik seperti setiap shift, setiap hari dan setiap minggu maupun setiap bulan.
2. Perlu pemberian *reward* dan *punishment* yang dapat memotivasi dan meningkatkan produktivitas kerja, serta dapat menciptakan kondisi/lingkungan kerja yang harmonis.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian*. Edisi Revisi V. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Enggel, Blackwell, Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen* (terjemahan). Edisi Enam. Jilid Pertama. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Fitriadi, Agus. 2003. *Analisis beberapa factor yang mempengaruhi keputusan dalam pembelian pada UD Microcom di Semarang*, Sripksi. UNDIP Semarang
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran* (terjemahan). Edisi Millenium, jilid 1. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Lamb, Hair, Mc Daniel. 2001. *Pemasaran* (terjemahan). Edisi Bahasa Indonesia, Jilid Pertama. Salemba empat. Jakarta.
- Stanton, William J. 1996. *Prinsip Pemasaran* (terjemahan). Edisi 7 Jilid 1. Erlangga. Jakarta.