

Strategi Penerapan Pelayanan Prima Pada *Jamun Medical Indonesian*

Wardana¹, Dewi Lia Lestari²

¹⁻² Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia

Alamat: Kp. Elos RT 04 RW 01, Kec. Paseh, Kabupaten Bandung, Jawa Barat

Korespondensi penulis: dewi10121519@digitechuniversity.ac.id

Abstract. *This research was conducted to find out how excellent service is provided to consumers based on the experience of consumers who visit PT Jamun Medical Indonesian Majalaya branch, Bandung Regency. In providing services, it is important to do well without prioritizing who is served, but must comply with existing service standards or set by the institution as a service provider with full commitment and readiness to solve problems that arise in a professional way. The purpose of this study is to identify the strategy for implementing excellent service in PT Jamun Medical Indonesian Majalaya branch, Bandung Regency. The research method applied here is qualitative descriptive analysis, which is an approach used to collect data and describe real events based on phenomena faced in society, with the hope that the research object can be presented in detail. After the research, the researcher can conclude that the excellent service at PT Jamun Medical Indonesian Majalaya branch, Bandung Regency can be said to be not good due to several influencing factors.*

Keywords: *Strategy, Excellent Service, Jamun Medical.*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pelayanan prima yang diberikan kepada para konsumen berdasarkan pengalaman konsumen yang mengunjungi PT Jamun Medical Indonesian cabang Majalaya Kab. Bandung. Dalam memberikan layanan penting untuk melakukannya dengan baik tanpa memprioritaskan siapa yang dilayani akan tetapi harus mematuhi standar pelayanan yang ada atau yang ditetapkan oleh lembaga sebagai penyedia layanan dengan penuh komitmen dan kesiapan untuk menyelesaikan masalah yang muncul dengan cara yang profesional. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi penerapan pelayanan prima di PT Jamun Medical Indonesian cabang Majalaya Kab. Bandung. Metode penelitian yang diterapkan di sini adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan data dan menggambarkan kejadian nyata berdasarkan fenomena yang dihadapi dalam masyarakat, dengan harapan objek penelitian bisa disajikan dengan rinci. Setelah dilakukannya penelitian, dapat peneliti simpulkan bahwa pelayanan prima pada PT Jamun Medical Indonesian cabang Majalaya Kab. Bandung dapat dikatakan kurang baik karena adanya beberapa faktor yang mempengaruhi.

Kata kunci: Strategi, Pelayanan Prima, *Jamun Medical.*

1) LATAR BELAKANG

Berbagai macam Alat Kesehatan yang ada di beberapa Negara membantu Masyarakat untuk meringankan, mencegah, menyembuhkan, dan membentuk serta memperbaiki fungsi tubuh. Dari banyaknya perusahaan yang membuat atau menyediakan alat kesehatan tentunya konsumen mempunyai banyak pilihan dalam menggunakan produk yang diinginkan. Produk yang mereka pilih tentunya mengutamakan keamanan penggunaan produk dan pelayanan yang tentunya mampu memberikan kenyamanan bagi mereka.

Sesuai dengan definisinya pelayanan prima atau yang dikenal dengan istilah “Excellent Service” dapat diterjemahkan secara harfiah sebagai pelayanan yang paling baik atau sangat memuaskan, sejalan dengan standar pelayanan yang ditetapkan oleh lembaga penyedia layanan (Mukarom & Laksana, 2018).

(Yessiska Stefanni Lafrense, Cakra Yusron Syahputra, & Arisandi Nurin Syafitri, 2024) Dalam penelitian berjudul *Strategi Pelayanan Prima Frontliner Pada Bank Syariah Indonesia KCP Indramayu Jatibarang*, ditemukan bahwa strategi yang diterapkan di Bank tersebut menggunakan pelayanan prima Frontliner atau yang disebut dengan pelayanan yang terbaik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pelayanan prima Frontliner tersebut membantu perusahaan dalam melayani konsumen dengan jauh lebih baik.

Di daerah majalaya terdapat cabang perusahaan yang bernama "PT *Jamun Medical Indonesian*", perusahaan ini menyediakan berbagai macam alat kesehatan yang memiliki 2 manfaat utama yaitu melancarkan peredaran darah dan menormalkan suhu tubuh. *Jamun Medical Indonesian* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan dengan fokus pada kepuasan pelanggan melalui teknologi yang mengintegrasikan konsep pengobatan alternatif serta strategi pemasaran yang unik. Perusahaan ini menekankan pentingnya kepuasan pelanggan dalam upaya memperbaiki kualitas hidup.

Dengan membuka cabang di berbagai daerah, pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan ini sangatlah luas dan karena itu juga tentunya memungkinkan masyarakat atau konsumen mengetahui dan mengenal produk yang di tawarkan. Dari semua cabang yang ada, khususnya pada cabang Majalaya beberapa pegawai atau staf yang kurang baik dalam melayani terutama dalam halnya menjelaskan seperti apa pelayanan yang diberikan kepada konsumen, dan adanya sikap yang membeda-bedakan konsumen, hal ini menyebabkan para konsumen tidak mau kembali lagi ke perusahaan.

Penelitian ini disusun dengan maksud atau tujuan untuk mengetahui bagaimana pelayanan prima dan apa yang harus dilakukan oleh staf dalam melakukan tindakan atau strategi yang digunakan untuk penerapan pelayanan prima di perusahaan PT *Jamun Medical Indonesian*. Mengingat begitu pentingnya penerapan pelayanan prima pada PT *Jamun Medical Indonesian*, maka dari itu penulis ingin menulis penelitiannya dengan judul "Strategi Penerapan Pelayanan Prima Pada PT *Jamun Medical Indonesian* Cabang Majalaya Kab. Bandung".

2) KAJIAN TEORITIS

Secara umum, strategi dapat dipahami sebagai suatu pendekatan atau proses untuk merancang skema yang bertujuan mencapai sasaran tertentu. Strategi mencakup langkah-langkah yang dilakukan secara bertahap dan konsisten, selalu merujuk pada pandangan dari target yang ingin diraih. Di samping itu, strategi juga bisa dianggap sebagai seni dalam memanfaatkan kemampuan dan sumber daya yang tersedia untuk meraih tujuan dengan langkah-langkah yang efektif dan efisien. Strategi bisa dipahami juga

sebagai tahapan dalam menentukan rencana oleh para pemimpin tertinggi yang mengedepankan tujuan jangka panjang organisasi, serta merancang metode atau usaha untuk mencapai tujuan itu (Cahyoseputro & Al Hafizh, 2024).

Strategi merupakan suatu rencana yang menyeluruh dan terkoordinasi untuk mencapai tujuan utama dari organisasi melalui pelaksanaan yang tepat dan efektif (Soleha et al., 2023). Strategi berfungsi sebagai rencana yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan, dan keseluruhan langkah yang diperlukan. Untuk itu, penyusunan strategi harus dilakukan dengan cermat, baik dalam pengorganisasian sumber daya yang dimiliki perusahaan maupun dalam merencanakan cara mencapai sasaran yang diinginkan, agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan supaya mampu bertahan dari ketatnya persaingan (Quinn, 1999).

A. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang menguntungkan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan, meskipun tidak menghasilkan produk fisik (Haqiqi & Purwanda, 2023). Selain itu, pelayanan atau yang dikenal dengan istilah “*customer service*”, mencakup semua aktivitas yang ditujukan kepada konsumen untuk memenuhi harapan dan kebutuhan mereka (Indrasari, 2019:57).

Pelayanan merupakan aktivitas yang dilaksanakan oleh orang atau kelompok menurut kriteria tertentu, di mana kepuasan hanya dapat dirasakan oleh pengguna layanan, bergantung pada kemampuan penyedia layanan untuk memenuhi ekspektasi pengguna (Nuraini & Wardana, 2024).

Pelayanan merupakan sebuah langkah untuk memenuhi permintaan pelanggan oleh penyedia layanan dengan menerapkan prosedur, sistem, dan teknik tertentu (Fajar & Purwanda, 2021). Pelayanan yang berkualitas merupakan pelayanan yang diberikan dengan penuh keadilan, kecepatan, keramahan, dan etika yang baik. Hal ini penting agar setiap kebutuhan dan kepuasan konsumen dapat dipahami dengan baik (Laoli & Ndraha, 2022).

B. Pengertian Pelayanan Prima

Pelayanan prima adalah pelayanan dengan standar kualitas tinggi yang selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan secara konsisten dan akurat (Purwanda & Sayekti, 2017).

Dalam bahasa Inggris kata pelayanan prima diterjemahkan dengan sebutan “*premium service*”, tetapi disebut dengan “*excellent service*” yang menggambarkan pelayanan unggul, berkualitas tinggi dengan mutu yang sangat baik, (Semil dalam Zulkarnain & Sumarsono, 2018). Pelayanan prima dapat diartikan juga sebagai upaya untuk melayani dengan maksimal, serta kesiapan untuk menangani permasalahan secara profesional (Harefa & Hulu, 2022).

C. Indikator-Indikator Pelayanan Prima

Beberapa indikator pelayanan prima menurut Pratiwi & Putra (2021), yaitu:

1) Sikap

Maksudnya adalah setiap orang yang memberikan pelayanan harus berpenampilan sopan. Selain itu, penting bagi mereka untuk memiliki pola pikir positif, berada dalam kondisi fisik dan mental yang sehat, serta dapat menunjukkan sikap menghormati.

2) Perhatian

Maksudnya setiap orang yang memberikan pelayanan harus mendengarkan dan memahami dengan seksama kebutuhan atau keinginan konsumen, harus dapat memperhatikan dan menghargai tindakan dari setiap konsumen, serta harus memberikan perhatian penuh dalam setiap interaksi.

3) Kemampuan

Maksudnya setiap orang yang memberikan pelayanan harus memiliki pemahaman mendalam tentang bidang yang mereka geluti, harus mampu berkomunikasi secara efektif dengan para konsumen, harus mampu mengembangkan motivasi yang dimiliki, serta menjaga hubungan baik dengan publik merupakan langkah penting dalam membangun relasi yang kuat dengan pelanggan.

4) Tanggung jawab

Maksudnya setiap orang yang memberikan pelayanan tidak boleh memiliki sikap keberpihakan kepada para pelanggan atau membedakan para pelanggan dan harus mampu mengerjakan tugasnya dengan baik.

5) Tindakan

Tindakan disini adalah setiap orang diwajibkan untuk mencatat setiap pesanan dan kebutuhan dari para konsumen. Selain itu, harus mampu menegaskan kembali kebutuhan konsumen dan berupaya untuk mewujudkannya.

6) Penampilan

Maksudnya adalah penampilan setiap orang yang memberikan pelayanan harus baik dan rapih, baik dalam aspek fisik maupun *non*-fisik. Harus menunjukkan rasa percaya diri dan kredibilitas, serta selalu mengucapkan terima kasih kepada konsumen dengan harapan mereka akan kembali.

D. *Jamun Medical Indonesian*

Jamun medical indonesian adalah perusahaan kesehatan yang menyediakan berbagai alat kesehatan untuk mempersiapkan 100 tahun kehidupan yang sehat. Perusahaan ini pertama kali berdiri di Korea Selatan oleh Choi Bong Gyu dan beralamat di 38-35, Yongdae-gil, Juksanmyeon, Anseong-si, Gyeonggi-do pada tahun 1998 dan baru masuk ke indonesia pada tahun 2017.

Sekarang *Jamun Medical Indonesian* sudah beroperasi di kota bandung dan sudah memiliki 22 cabang, *Jamun Medical Indonesian* melakukan ekspansi ke kota Surabaya dan sudah memiliki 3 cabang. Di setiap center atau tempat yang ada diberikan waktu selama 2 tahun. Tetapi jika masyarakat banyak yang mengunjungi center, kemungkinan besar center dapat bertahan sampai 6 tahun atau bahkan sampai 10 tahun.

Jamun Medical Indonesian memiliki rencana membuka 20 cabang di kota Surabaya. Dengan memberikan pelayanan kepada masyarakat, Jamun memiliki tujuan membantu masyarakat dengan mencoba menggunakan alat kesehatan Jamun secara gratis.

Berikut beberapa produk yang ada di *Jamun Medical Indonesian*, yaitu :

1. *Ssanggeumjang*
2. *Gyujok Single*
3. *Hokma I*
4. *Sarangbang*
5. *Minimat*
6. *Agungi*

E. Pemasaran produk *Jamun Medical Indonesian*

Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan ini adalah:

1. Membuka cabang sebanyak-banyaknya di berbagai daerah agar jangkauannya jauh lebih luas.
2. Memberikan kesempatan kepada masyarakat atau konsumen, menggunakan alat atau produk *Jamun* secara gratis yang disebut dengan terapi selama 30 menit setiap orangnya dengan cara tengkurap selama 15 menit, terlentang selama 10 menit, dan melipat 2 kaki sehingga telapak kaki menyentuh permukaan alat terapi selama 5 menit, terapi ini dilakukan 5 sesi dengan diberikan kartu antrian (Merah, Putih, Biru, Merah muda, Kuning) yang dimana setiap sesinya dilakukan oleh 18 orang. Terapi di *Jamun* menggunakan 5 alat *Ssanggeumjang* yang dimana 1 alatnya dapat di isi oleh 3 atau 2 orang, 1 alat *Gyujok Single* dapat di isi oleh 2 orang, dan 2 alat *Sarangbang* yang dimana 1 alatnya dapat di isi oleh satu orang. Selain itu untuk terapi tambahan menggunakan alat *Hokma 1* dan *Agungi* yang

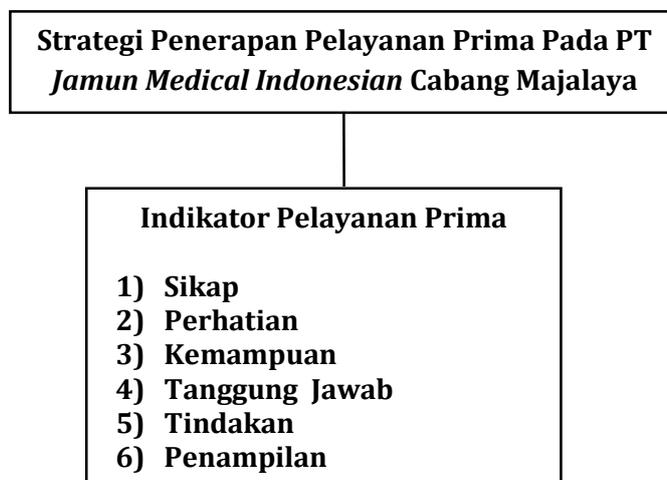
masing-masing alatnya dapat di isi oleh 1 orang. Setiap harinya ada total sebanyak 150 orang yang datang untuk terapi .

Yang terapi di *Jamun* juga selalu di sebut dengan tamu atau konsumen, untuk yang membawa tamu baru mendapatkan kesempatan menggunakan alat terapi tambahan, mendapatkan 1 *voucher* untuk menggunakan terapi tambahan di lain hari, dan mendapatkan air rendaman batu *Hexagonal So Seong Che* sebanyak 1,5 L, lalu setiap semingggu sekali tamu di berikan kupon atau potongan harga bagi yang setiap hari datang untuk terapi.

Terapi di *Jamun* dilakukan dari hari Senin-Sabtu, untuk hari Senin-Kamis terapi di mulai dari jam 08.00-15.00, untuk hari Jum'at terapi di mulai dari jam 06.00-11.00, dan untuk hari Sabtu terapi di mulai dari jam 06.00-14.00. Yang dimana setiap harinya ada jadwal kegiatan yang di lakukan, untuk hari Senin pembagian batu *Hexagonal So Seong Che* bagi tamu yang datang setiap hari selama 20 hari, untuk hari Selasa melakukan kegiatan terapi mata menggunakan batu *Hexagonal So Seong Che*, untuk hari Rabu pembagian air rendaman batu *Hexagonal So Seong Che* bagi tamu yang datang setiap hari sebanyak 600 MI, untuk hari Kamis ada terapi perut yang dimana pada saat tengkurap di lakukan 20 menit menggunakan selimut yang di bawa oleh masing-masing tamu dan sisa waktu 10 menit terapi dapat dilakukan dengan gaya bebas sesuai dengan keinginan tamu, untuk hari Jum'at pembagian air rendaman batu *Hexagonal So Seong Che* sebanyak 600 MI, dan untuk hari Sabtu pembagian air rendaman batu *Hexagonal So Seong Che* ntuk khusus untuk tamu yang suami istri sebanyak 600 MI.

3. Mendatangi rumah-rumah masyarakat untuk mengenalkan Jamun dan produknya.
4. Dengan menarik tamu yang ada disekitar tempat membukanya cabang Jamun.

Kerangka Konseptual



Sumber : Diolah Penulis (2024)

Gambar 1. 1 Kerangka Konseptual

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pendekatan yang diterapkan adalah kualitatif, untuk objek penelitian adalah konsumen yang telah menggunakan produk dan layanan di PT *Jamun Medical Indonesian*. Dalam penelitian ini, berbagai teknik diterapkan untuk mengumpulkan data, yaitu : Sampling dengan populasi dan sampel, observasi, wawancara, dan dokumentasi, untuk metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yang memiliki tujuan mengumpulkan data dan menggambarkan suatu kejadian nyata berdasarkan fenomena yang ada di PT *Jamun Medical Indonesian*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3.1
Form Pertanyaan

Pertanyaan yang diberikan kepada kepala manajer	
1.	Bagaimana para staf merespon berbagai pertanyaan yang di ajukan oleh konsumen?
2.	Bagaimana para staf berkomunikasi dengan konsumen?
3.	Apakah para staf mampu menghargai para konsumen?
4.	Apakah para staf selalu mendengarkan kebutuhan dan keinginan dari konsumen?
5.	Apakah para staf selalu memahami kebutuhan dan keinginan dari konsumen?
6.	Apakah para staf selalu memperhatikan kebutuhan dari konsumen?
Pertanyaan yang diberikan kepada Staf	
1.	Apakah anda selalu mencatat setiap pesanan dari konsumen?
2.	Apakah anda selalu mencatat setiap kebutuhan dari konsumen?
3.	Bagaimana cara anda dalam mewujudkan kebutuhan para konsumen?
4.	Apakah anda tau atau memahami seperti apa produk yang anda tawarkan kepada konsumen?
5.	Bagaimana cara anda memberikan pemahaman yang baik mengenai produk yang anda tawarkan kepada konsumen baru?
6.	Bagaimana cara anda untuk membina hubungan yang baik dengan konsumen?
Pertanyaan yang diberikan kepada konsumen	
1.	Bagaimana pakaian yang digunakan para staf ketika sedang bekerja?
2.	Apakah para staf selalu terlihat percaya diri pada saat melayani anda sebagai konsumen?
3.	Apakah para staf selalu mengucapkan terimakasih kepada anda sebagai konsumen setelah datang atau membeli produk?
4.	Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh staf kepada anda sebagai konsumen?
5.	Apakah para staf pernah membedakan anda dengan konsumen lain dalam memberikan pelayanan?
6.	Apakah para staf mampu mengerjakan tugasnya dengan baik, menurut anda sebagai konsumen?

Sumber : Diolah Penulis (2024)

Tabel 3.1
Contoh Hasil Wawancara

No	Nama Konsumen	Jawaban Konsumen
1	Informan 1	"Iya karena staf mampu memberikan arahan dengan sangat baik".
2	Informan 2	"Mereka selalu terlihat percaya diri".
3	Informan 3	"Selalu bagus dalam melayani".
4	Informan 4	"Iya, para staf tidak pernah gugup saat berhadapan dengan ibu".
5	Informan 5	"iya, semua staf sangat percaya diri".
6	Informan 6	"Staf selalu bisa menjelaskan dengan baik".
7	Informan 7	"Iya, karena staf dapat menjawab pertanyaan ibu dengan baik".
8	Informan 8	"Staf selalu melakukan tugasnya dengan baik".
9	Informan 9	"Iya, jadi pada saat staf berbicara di depan konsumen jarang salah bicara".
10	Informan 10	"Iya, ini cerita pribadi ibu waktu itu ada salah satu staf salah menjelaskan sesuatu, tapi staf itu mau mengakui kesalahannya".
11	Informan 11	"Iya, pegawai disini semua kelihatan percaya diri".
12	Informan 12	"iya, mampu melayani ibu dengan baik".
13	Informan 13	"Pegawai terlihat percaya diri".
14	Informan 14	"Iya, karena suara mereka cukup lantang dan terdengar dengan baik".
15	Informan 15	"Staf mampu berbicara dengan baik kepada bapak".
16	Informan 16	"Iya, apalagi ada salah satu staf yang ibu suka gitu ya, dia kalau bicara sama ibu sopan, tidak pernah menyakiti".
17	Informan 17	"Staf di <i>Jamun</i> sangat percaya diri dari yang ibu lihat".
18	Informan 18	"Iya, percaya diri".
19	Informan 19	"Seperti yang ibu lihat, semua staf sangat percaya diri".
20	Informan 20	"Iya, yang ibu lihat staf tidak pernah terlihat gugup kalau bicara".
21	Informan 21	"Staf sangat bagus percaya diri".
22	Informan 22	"Iya betul pegawai terlihat percaya diri".
23	Informan 23	"Iya, ibu lihat staf selalu bersemangat".
24	Informan 24	"Staf mudah berinteraksi dengan ibu".
25	Informan 25	"Iya, bagus kalau sedang ngobrol sama ibu".
26	Informan 26	"Kalau ibu lihat-lihat, staf percaya diri apalagi kalau sedang berbicara di depan jarang sekali lihat ada yang gugup".
27	Informan 27	"Iya, pegawai percaya diri".
28	Informan 28	"Iya, percaya diri".

Sumber : Diolah Penulis (2024)

Tabel 3.3
Contoh Hasil Wawancara

No	Nama Konsumen	Jawaban Konsumen
1	Informan 1	"Pasti, tapi ibu rindi sebagai kepala manajer menjelaskan bahwa akan ada perbedaan kepada yang membeli dan tidak, karena itu sebagai bentuk penghargaan".
2	Informan 2	"Iya pernah, tapi itu sudah menjadi hal biasa tentunya kepada pelanggan yang membeli dan tidak pasti sedikit berbeda".
3	Informan 3	"Tidak, staf melayani ibu dengan sangat baik dan ibu tidak merasa kalau dibedakan".
4	Informan 4	"Iya pernah, karena ibu belum bisa membeli alat disini tapi tetap saja terkadang ibu merasa tidak nyaman".
5	Informan 5	"Iya, ibu pernah mengalami itu".

6	Informan 6	“Tidak, bapak tidak pernah merasa dibeda-bedakan dengan yang lainnya”.
7	Informan 7	“Ibu tidak pernah merasa dibeda-bedakan”.
8	Informan 8	“Tidak, yang ibu rasakan pelayanannya baik dan tidak ada yang berbeda”.
9	Informan 9	“Iya pernah, tapi ibu tidak keberatan karena ibu belum bisa membeli alat Jamun”.
10	Informan 10	“Dari pelayanan yang diberikan kepada ibu tidak pernah dibeda-bedakan”.
11	Informan 11	“Iya, terkadang ibu merasa tidak nyaman tapi ibu juga tidak bisa apa-apa”.
12	Informan 12	“Iya, terkadang ibu merasa begitu”.
13	Informan 13	“Iya pernah, tapi tidak masalah bagi ibu”.
14	Informan 14	“Iya, karena ibu belum bisa membeli alat”.
15	Informan 15	“Bapak rasa sama saja tidak ada yang dibeda-bedakan”.
16	Informan 16	“Iya, karena ibu sendiri memang belum bisa membeli produk jadi wajar saja jika staf memperlakukan ibu dengan berbeda, meskipun ada rasa tidak nyaman”.
17	Informan 17	“Iya pernah, ibu melihat staf memberikan 2 kupon 2 kepada yang sudah membeli produk, kepada ibu staf hanya memberikan 1 kupon”.
18	Informan 18	“Iya pernah, karena ibu belum bisa membeli produk Jamun”.
19	Informan 19	“Ibu terkadang merasa dibeda-bedakan dengan konsumen lainnya dan itu membuat ibu tidak nyaman”.
20	Informan 20	“Iya, staf selalu memberikan kesempatan untuk menggunakan produknya beberapa kali kepada yang sudah membeli alat”.
No	Nama Konsumen	Jawaban Konsumen
21	Informan 21	“Tidak, menurut bapak biasa saja”.
22	Informan 22	“Tidak, staf memberikan pelayanan yang sama saja”.
23	Informan 23	“Iya pernah, tapi tidak masalah untuk ibu karena ibu memang tidak membeli alatnya”.
24	Informan 24	“Tidak pernah, ibu merasa staf melakukan pelayanan yang adil kepada ibu”.
25	Informan 25	“Iya, terkadang staf membedakan ibu dalam beberapa hal tapi staf tetap baik”.
26	Informan 26	“Iya, dan itu membuat ibu merasa sedikit tidak nyaman”.
27	Informan 27	“Tidak, pelayanannya sama”.
28	Informan 28	“Tidak, bapak tidak merasa begitu”.

Sumber : Diolah Penulis (2024)

Berdasarkan ungkapan di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat dikatakan baik hanya dalam beberapa hal, kesimpulan ini dapat diambil oleh peneliti sesuai dengan pernyataan di atas yang menyatakan bahwa selalu ada perbedaan pelayanan yang dilakukan oleh staf kepada konsumen yang didasari oleh membeli atau tidaknya produk yang di tawarkan, selain itu dengan hal tersebut menjadi dasar atas adanya permasalahan yang terjadi di PT *Jamun Medical Indonesian*.

A. Pembahasan Penelitian

Berdasarkan data dan informasi yang disajikan oleh peneliti melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta melalui analisis yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan fokus masalah yang sudah dirumuskan, dengan ini peneliti telah mendapatkan beberapa temuan yang ada dilapangan dan akan dipresentasikan sesuai dengan teori yang dipilih. Menurut

peneliti berdasarkan data dan informasi yang di dapat dilapangan, strategi penerapan pelayanan prima yang ada di PT *Jamun Medical Indonesian* cabang Majalaya dapat dicapai melalui: kemampuan komunikasi, rasa tanggungjawab, dan tindakan atau strategi yang harus dilakukan. Oleh karena itu, pelayanan prima di tentukan melalui:

1. Kemampuan komunikasi yang efektif

Kemampuan berkomunikasi yang baik atau efektif kepada pelanggan merupakan salah satu indikator dari pelayanan prima. Di PT *Jamun Medical Indonesian* cabang Majalaya komunikasi ini belum bisa dikatakan efektif karena staf belum mampu menjelaskan seperti apa pelayanan yang diberikan kepada para konsumen sehingga mereka merasa tidak nyaman.

Seharusnya staf mampu menjelaskan seperti apa pelayanan yang ada di perusahaan agar para konsumen pun dapat lebih memahami pelayanan seperti apa pula yang akan mereka dapatkan tentunya dengan memperhatikan bagaimana staf berkomunikasi dengan konsumen.

Ada beberapa hal yang harus dilakukan agar dapat berkomunikasi dengan cara yang baik atau efektif kepada konsumen:

1. Mendengarkan
2. Berikan Kesan Pertama yang Baik
3. Gunakan Bahasa yang Mudah Dipahami
4. Tunjukkan Empati dan Pengertian
5. Jadilah Responsif (Maksudnya jangan pernah membiarkan para konsumen menunggu terlalu lama untuk mendapatkan respons dari kita sebagai pegawai).
6. Bersikap Profesional Tetapi Ramah
7. Jujur dan Transparan (Jika kita tidak mengetahui jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh konsumen atau jika kita melakukan kesalahan, sebaiknya akui dan beri tahu konsumen dengan jujur. Karena kejujuran dapat membangun kepercayaan dari konsumen).
8. Gunakan Sarana Komunikasi yang Tepat (Pastikan memilih saluran komunikasi yang paling sesuai dengan keadaan dan preferensi konsumen, baik itu melalui email, media sosial, telepon, atau komunikasi yang dilakukan secara tatap muka).
9. Beri Umpan Balik Positif
10. Terus Meningkatkan Keterampilan Komunikasi

Peneliti berharap dengan adanya pernyataan di atas para staf atau pegawai yang ada di PT *Jamun Medical Indonesian* cabang Majalaya dapat menjelaskan dengan cara yang baik atau efektif mengenai seperti apa pelayanan yang akan diberikan kepada para konsumen.

2. Tangungjawab dalam mengerjakan tugas

Tanggungjawab merupakan salah satu indikator dari pelayanan prima. Tanggungjawab disini jika dilihat dari arti yang sudah dipaparkan sebelumnya yaitu setiap orang yang memberikan pelayanan tidak boleh memiliki sikap keberpihakan kepada para pelanggan atau membeda-bedakan para pelanggan dan harus mampu mengerjakan tugasnya dengan baik.

Di PT *Jamun Medical Indonesian* cabang Majalaya para staf atau pegawainya belum cukup mampu bertanggungjawab khususnya dalam hal yang membeda-bedakan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan satu dengan yang lain, yang dimana hal ini di dasari oleh membeli atau tidaknya suatu produk yang ada diperusahaan tersebut.

Meskipun ada beberapa konsumen yang menyebutkan tidak masalah dengan hal tersebut karena sudah menjadi aturan dan sebagai bentuk pengharagaan kepada konsumen yang membeli tapi ada juga beberapa konsumen yang tidak nyaman karena adanya perbedaan pelayanan yang dilakukan oleh staf.

Setelah peneliti melakukan observasi dan pengamatan, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh staf agar konsumen mampu memahami dengan perbedaan pelayanan yang diberikan :

1. Berikan pemahaman yang jelas kepada semua konsumen mengenai aturan perbedaan pelayanan yang di berikan oleh staf atau pegawai, dimana hal ini di dasari oleh membeli atau tidaknya membeli suatu produk. Hal ini dilakukan agar semua konsumen merasa nyaman karena mengetahui alasan dari perbedaan pelayanan yang dilakukan para staf. Jika dilihat dari hasil observasi dan wawancara dapat peneliti simpulkan bahwa tidak semua konsumen mengetahui aturan yang sudah dibuat oleh pihak dari perusahaan tersebut.
2. Pada saat memberikan pelayanan yang berbeda kepada konsumen yang membeli produk seperti memberikan kesempatan menggunakan alat beberapa kali dan pemberian kupon, seharusnya tidak dilakukan di hadapan konsumen yang belum bisa membeli alat atau produk yang ada di perusahaan tersebut, agar konsumen bisa merasa jauh lebih nyaman.

Peneliti berharap dengan adanya pernyataan di atas para staf atau pegawai yang ada di PT *Jamun Medical Indonesian* cabang Majalaya dapat memperhatikan hal-hal yang mungkin menurut staf itu adalah hal yang biasa tapi justru dapat berakibat buruk dan dapat menyebabkan konsumen tidak mau kembali datang ke perusahaan tersebut.

3. Tindakan atau strategi untuk mempertahankan konsumen

Tindakan atau strategi merupakan salah satu indikator dari pelayanan prima. Tindakan atau strategi disini adalah bagaimana seharusnya para staf atau pegawai dalam mempertahankan konsumen.

Di PT *Jamun Medical Indonesian* cabang Majalaya mengalami kesulitan dalam mempertahankan konsumen hal ini disebabkan karena para pegawai atau staf yang kurang baik dalam melayani terutama dalam halnya menjelaskan seperti apa pelayanan yang diberikan kepada konsumen, dan adanya sikap yang membeda-bedakan konsumen oleh para staf.

Ada beberapa tindakan atau strategi yang dapat digunakan untuk mempertahankan konsumen:

1. Pahami Produk atau Layanan Yang Ada
2. Lakukan Komunikasi yang Efektif
3. Bersikap Proaktif (Dalam hal ini pastikan untuk memberitahu semua konsumen mengenai pembaruan produk atau layanan yang mungkin bermanfaat bagi mereka).
4. Jadikan *Customer Feedback* Sebagai Bahan Evaluasi untuk Memperbaiki Layanan (Dengan memahami aspek-aspek yang perlu diperbaiki, perusahaan dapat menyesuaikan kualifikasi dan pendekatan yang diterapkan oleh pegawai. *Customer feedback* bukan hanya keluhan yang disampaikan melalui chat, SMS, email, atau platform modern lainnya. Setiap interaksi antara pegawai dan pelanggan memiliki potensi untuk memberikan umpan balik yang berharga, yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk perbaikan layanan).
5. Bertanggungjawab

Setiap pegawai atau staf harus dapat bertanggungjawab terhadap semua tugas yang telah di pilih oleh perusahaan untuk dirinya, termasuk bertanggungjawab terhadap melayani konsumen. Jika bisa jangan membeda-bedakan konsumen satu dengan konsumen lainnya, meskipun jika memang seperti yang terjadi di PT *Jamun Medical Indonesian* cabang Majalaya hal tersebut sudah menjadi aturan dan bersifat sebagai bentuk penghargaan kepada konsumen yang telah membeli produk.

Namun sebaiknya para pegawai juga harus memperhatikan hal-hal yang kemungkinan besar akan membuat konsumen tidak nyaman seperti memberikan kesempatan menggunakan alat beberapa kali dan pemberian kupon seharusnya dilakukan secara bijak.

Di harapkan dengan pernyataan di atas dapat membantu perusahaan dalam halnya mempertahankan konsumen, dan membantu para pegawai menjadi jauh lebih baik dalam melayani para konsumen. Yang dimana pelayanan yang baik itu sangat penting bagi suatu perusahaan karena dengan hal itu kemungkinan besar konsumen mau kembali datang bahkan membeli produk ke perusahaan secara terus-menerus.

Terlepas dari permasalahan yang ada di perusahaan tersebut para staf mampu bersikap dengan baik dan ramah, para staf juga selalu berpenampilan sopan dan rapih. Selain itu para staf dapat menjalankan sebagian tugasnya dengan baik melalui kepercayaan diri yang dimiliki, hal ini dapat peneliti sampaikan berdasarkan data dan informasi yang didapatkan melalui wawancara yang telah dilakukan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil data penelitian dan pembahasan tentang Strategi Penerapan Pelayanan Prima Pada PT *Jamun Medical Indonesian* Cabang Majalaya Kab. Bandung dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Beberapa staf belum bisa menjelaskan dengan baik seperti apa pelayanan yang akan diberikan kepada para konsumen, sehingga mereka merasa tidak nyaman. Karena itu staf belum cukup mampu untuk melakukan komunikasi yang efektif dengan konsumen.
2. Beberapa staf melakukan keberpihakan atau membeda-bedakan pelayanan yang diberikan kepada konsumen satu dengan yang lain pada saat melakukan tugasnya, yang dimana hal ini di dasari oleh membeli atau tidaknya suatu produk yang ada diperusahaan tersebut. Karena itu staf belum cukup mampu bertanggungjawab dalam mengerjakan tugasnya.
3. Tindakan atau strategi yang dapat para staf lakukan untuk mempertahankan konsumen, yaitu : Pahami Produk atau Layanan yang ada, Lakukan Komunikasi yang Efektif, Harus Mampu Bersikap Proaktif, Jadikan *Customer Feedback* Sebagai Bahan Evaluasi untuk Memperbaiki Layanan, dan Bertanggungjawab.

B. Saran

1. Untuk Staf belum cukup mampu melakukan komunikasi yang efektif dengan konsumen, khususnya dalam menjelaskan seperti apa pelayanan yang ada kepada para konsumen. Oleh karena itu sebaiknya Staf menjelaskan seperti apa pelayanan yang ada agar para konsumen pun dapat lebih memahami pelayanan seperti apa pula yang akan mereka dapatkan tentunya dengan memperhatikan cara berkomunikasi pada saat memberikan penjelasan.
2. Untuk Staf belum cukup mampu dalam bertanggungjawab mengerjakan tugasnya dengan baik, khususnya dalam hal membeda-bedakan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Oleh karena itu sebaiknya staf lebih memperhatikan hal-hal yang kemungkinan besar akan membuat konsumen tidak nyaman khususnya dalam pelayanan yang di berikan, meskipun memang sudah menjadi aturan adanya perbedaan pelayanan bagi yang membeli dan tidak membeli produk. Seharusnya staf mampu melakukan pelayanan dengan bijak misalnya

dengan tidak secara terang-terangan memberikan pelayanan yang berbeda, mungkin tidak masalah bagi konsumen yang sudah mengetahui aturannya tapi beda halnya dengan konsumen yang belum mengetahui aturan yang ada.

3. Untuk Staf diharapkan dapat memahami Produk atau Layanan yang ada, melakukan komunikasi yang efektif, selanjutnya staf diharapkan mampu bersikap proaktif, lalu jadikan *Customer Feedback* sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki layanan, dan yang terakhir diharapkan staf mampu bertanggungjawab. Semoga tindakan atau strategi tersebut dapat membantu perusahaan dalam halnya mempertahankan konsumen, dan membantu para pegawai menjadi jauh lebih baik dalam melayani para konsumen.

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penulisan Penelitian Ilmiah ini, tidak lupa juga bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua yang telah memberikan bantuan dan dukungan. Ucapan terimakasih kepada Rektor Universitas Teknologi Digital, Ketua Program Studi Manajemen S1, Dosen Pembimbing, Kepala Manajer PT *Jamun Medical Indonesian* cabang Majalaya.

DAFTAR REFERENSI

- Cahyoseputro, W., & Al Hafizh, H. (2024). Strategi jaringan bisnis fashion Sabhira dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan brand Kota Bandung. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, 1(7), 1339–1348.
- Fajar, M., & Purwanda, E. (2021). Pengaruh kualitas layanan terhadap minat berkunjung ulang ke Klinik Agoes Koesoemah. *Jurnal Study and Management Research*, 18(2), 60–67.
- Haqiqi, F. K., & Purwanda, E. (2023). Analisis mutu pelayanan kesehatan rawat inap di Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung. *J-KESMAS: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 9(1), 53–64.
- Harefa, E. B., & Hulu, F. (2022). The effect of service quality on patient satisfaction at UPTD Public Health Centre Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi*, 11(3), 358–363. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/681>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan: Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Laoli, E. S., & Ndraha, T. P. (2022). Pengaruh sistem pengendalian manajemen terhadap kinerja pegawai. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi*, 1(1), 15–20.
- Mukarom, Z., & Laksana, M. W. (2018). *Manajemen pelayanan publik*. Pustaka Setia.

- Nuraini, P., & Wardana. (2024). Analisis kualitas pelayanan medis terhadap pasien Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan di Puskesmas Lembang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(4), 2402–2408. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i4.2612>
- Pratiwi, R. D., & Putra, R. S. P. (2021). Pengaruh penerapan pelayanan prima terhadap kepuasan pasien rawat jalan di RSUD Labuang Baji Makassar. *Jurnal Manajemen Kesehatan Yayasan RS. Dr. Soetomo*, 7(1), 30–44.
- Purwanda, E., & Sayekti, P. (2017). Pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan satuan kerja di lingkup Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara Bandung I. *Jurnal Study and Management Research*, 14(2), 27–34.
- Quinn, J. B. (1999). Strategic outsourcing: Leveraging knowledge capabilities. *MIT Sloan Management Review*, 40(4), 9–21.
- Semil, N. (2005). Analisis 'Cinema pelayanan publik instansi pemerintah (Studi kasus di Kantor Pertanahan Kota Semarang) [Skripsi, Universitas Diponegoro].
- Soleha, L. K., Ginanjar, R., & Yudhanegara, D. (2023). Tinjauan strategi pemasaran dan segmentasi target serta positioning pada PT. Frisian Flag dalam memasarkan produknya. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, 6, 478–487.
- Zulkarnain, W., & Sumarsono, R. B. (2018). *Manajemen dan etika perkantoran*. Remaja Rosdakarya.