

ARTIKEL ILMIAH

GAMBARAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN DI OPTIK WIDA PERIODE MARET – APRIL 2023

Suci pratiwi¹,Gani Setiawan²,Indra Karana³,Asrini Christinawati⁴

Diploma Tiga Optometri,Stikes Dharma Husada Bandung Suci pratiwi

sucipratiwi2329@gmail.com

Diploma Tiga Optometri,Stikes Dharma Husada Bandung Gani Setiawan

aghanisetiawan@yahoo.co.id

Diploma Tiga Optometri,Stikes Dharma Husada Bandung Indra Karana

indrakelana2009@gmail.com

Diploma Tiga Optometri,Stikes Dharma Husada Bandung Asrini Christinawati

asrini.c@gmail.com

ABSTRACT

Suci Pratiwi

DESCRIPTION OF SATISFACTION WITH SERVICES AT OPTIK WIDA

PERIOD MARCH - APRIL 2023

xi + 49 pages + 11 tables + 2 charts + 14 appendices

Optics is a facility that provides eye examination services, refractive examinations as well as corrective glasses and contact lens services. Service quality is closely related to customer satisfaction. This research was conducted on consumers who buy or use glasses at Optik Wida, to find out an overview of satisfaction with services at Optik Wida for the period March - April 2023 based on the five dimensions of Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy. The number of samples taken was 35 respondents with total sampling technique. Collected through the distribution of questionnaires using the form. The research method uses a Likert scale and calculates the mean value using the interval level category value. . The results of the study of respondents based on the Tangibles dimension average value 3.10 based on the Reliability dimension the average value is 3.18 based on the Responsiveness dimension the average value is 3.17 based on the Assurance dimension the average value is 3.12 and based on the Empathy dimension the average value is average 3.16. The results for the five dimensions show an average value of 3.14 indicating that the results of the respondents are included in the satisfactory category. Although in general the picture of customer satisfaction is very satisfying, there are a number of things that need to be

improved regarding service satisfaction, such as cleanliness, making SOPs conducting training for employees and procuring cleaning equipment.

Keywords: Satisfaction, Service

Reference: 14 pieces (2016-2020)

Program Studi D3 Optometri
STIKes Dharma Husada Bandung
2023

ABSTRAK

Suci Pratiwi

**GAMBARAN KEPUASAN TERHADAP PELAYANAN DI OPTIK WIDA PERIODE
MARET - APRIL 2023**

xi + 49 halaman + 11 tabel + 2 bagan + 14 lampiran

Optik merupakan sarana yang menyelenggarakan pelayanan pemeriksaan mata, pemeriksaan refraksi serta pelayananacamata koreksi dan lensa kontak. Kualitas pelayanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang membeli atau menggunakanacamata di Optik Wida , untuk mengetahui gambaran kepuasan terhadap pelayanan di Optik Wida periode Maret – April 2023 berdasarkan lima dimensi *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 35 responden dengan teknik pengambilan *total sampling*. Dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan form. Metode penelitian menggunakan skala likert dan menghitung nilai mean dengan menggunakan kategori nilai jenjang interval. Hasil penelitian responden berdasarkan dimensi *Tangibles* nilai rata-rata 3,10 berdasarkan dimensi *Reliability* nilai rata-rata 3,18 berdasarkan dimensi *Responsiveness* nilai rata-rata 3,17 berdasarkan dimensi *Assurance* nilai rata-rata 3,12 dan berdasarkan dimensi *Empathy* nilai rata-rata 3,16. Hasil penelitian untuk kelima dimensi menunjukkan nilai rata-rata 3,14 menunjukkan bahwa hasil responden termasuk kedalam kategori puas. Walaupun secara umum gambaran kepuasan terhadap pelanggan puas, tetapi ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan lagi terkait kepuasan terhadap pelayanan, seperti kebersihan, membuat SOP mengadakan pelatihan bagi karyawan dan pengadaan alat kebersihan.

Kata kunci : Kepuasan, Pelayanan,

Kepustakaan : 14 buah (2016-2020)

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan. Menurut Azwar untuk mengatasi perbedaan diatas seharusnya yang dipakai sebagai pedoman adalah hakikat dasar dari penyelenggaraan pelayanan kesehatan, yaitu memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan (Azwar, 2018). Kualitas pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap pelanggan. Azwar juga menjelaskan bahwa terpenuhi tidaknya kebutuhan dan tuntutan pemakai jasa pelayanan. Dengan demikian, yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah yang menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada diri setiap pelanggan.

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat

sesuatu memadai (Tjiptono & Chandra, 2017),sedangkan (Philip & Keller, 2018) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan- harapannya. Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh, tanpa adanya pelayanan yang tepat produk

akan kurang diminati oleh pelanggan. Oleh karena itu kualitas pelayanan harus meliputi lima dimensi yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry 1988 (dalam Tjiptono dan Chandra, 2005: 133) yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Perkembangan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi telah mampu mempercepat inovasi dan perkembangan produk (barang dan jasa). Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, suatu perusahaan akan memenangkan suatu persaingan apabila dapat menciptakan nilai dan memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian barang dan jasa yang berkualitas.

Kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan merupakan tiga elemen kunci menentukan kesuksesan implementasi konsep pemasaran. Ketiga aspek ini telah menjadi bagian dari organisasi, baik organisasi laba maupun nirlaba. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta nilai kualitas jasa sangat ditentukan oleh kepuasan pelanggan. Loyalitas bisa terbentuk apabila pelanggan merasa puas dengan merasakan fasilitas yang baik dan memadai serta kepuasan

yang diterima melalui tingkat pelayanan yang diterima.

Selama ini loyalitas pelanggan kerap kali dikaitkan dengan perilaku pembelian ulang. Keduanya memang berhubungan, namun sesungguhnya berbeda. Dalam konteks merk misalnya, loyalitas mencerminkan komitmen psikologis terhadap merk tertentu, sedangkan perilaku pembelian ulang semata-mata menyangkut pembelian merk tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang hanya satu- satunya merk yang tersedia, 2 merk termurah, dan sebagainya). Dalam jangka panjang loyalitas pelanggan menjadi tujuan utama bagi perencanaan pasar strategis, selain itu juga dijadikan dasar pengembangan keunggulan yang berkelanjutan, yaitu berbagai keunggulan yang direalisasikan melalui upaya-upaya pemasaran. Untuk menumbuhkan loyalitas penyedia jasa harus terlebih dahulu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Kepuasan tersebut dapat dicapai dengan memberikan fasilitas yang baik juga memadai dan kualitas pelayanan yang optimal. Kepuasan pasien akan tercipta ketika apa yang didapat lebih besar dari yang diharapkan.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa

puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. (Restuadhi, 2020).

Salah satu fasilitas pelayanan kesehatan yaitu sarana optik atau optikal. Optik atau optikal merupakan sarana yang menyelenggarakan pelayanan pemeriksaan mata dasar, pemeriksaan refraksi serta pelayanan kacamata koreksi dan atau lensa kontak.

Layanan yang mempunyai keunggulan kompetitif senantiasa memiliki kemampuan dan memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pelayanan yang efektif. Ketika pelanggan kecewa pada suatu pelayanan maupun produk yang diberikan layanan jasa ini, maka akan berakibat ingin mencoba layanan jasa lain yang mungkin memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dan sesuai harapan. Serta menyediakan jasa seperti cuci kacamata gratis, periksa mata gratis tanpa harus mengeluarkan biaya, stell kacamata bahkan *free nose pad*. Serta

karyawan yang bekerja di Optik Wida selalu di bekali pengetahuan tentang produk kacamata, lensa maupun standar pelayanan guna untuk menambah pengetahuan staff dan agar mempermudah dalam menjawab setiap pertanyaan pelanggan. Serta komunikasi yang baik dan selalu menanyakan kebutuhan konsumen ketika datang ke optik serta memahami kepentingan pelanggan.

Optik Wida terus menerus membenahi diri dan melakukan perbaikan dari sisi layanan pemeriksaan agar sesuai dengan peraturan pemerintah. Selain itu proses perbaikan pun dilakukan dari sisi peningkatan kualitas sumber daya manusia baik *softskill* maupun *hardskill*, perbaikan dari sisi kualitas produk yang dijual guna menjadi solusi yang tepat bagi pelanggan, serta perbaikan dalam sistem pelayanan guna memberikan kesan lebih yang tidak diberikan optik lain.

Untuk menilai layak dan tidaknya perbaikan yang telah dilakukan perlu diadakan evaluasi lebih lanjut. Oleh karena itu permasalahan yang dihadapi pada penelitian ini adalah bagaimana melakukan penilaian atau evaluasi terhadap pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan. Seperti yang diungkapkan oleh (Philip

& Keller, 2018), bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya.

Maka suatu perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh pelanggan agar harapan mereka terpenuhi. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan diantaranya seperti keakuratan dalam pemeriksaan, kesesuaian spesifikasi produk dan lama proses pengerjaan yang diberikan sesuai pesanan serta pelayanan yang ramah dari setiap personil. optik Wida belum pernah di lakukan penelitian tentang Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan, dan mengalami penurunan omzet di masa pandemi maka dari itu peneliti ingin mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di optik Wida.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Peneliti Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Budi	Gambaran	Mutu Hasil penelitian menunjukkan
Dermawan	Pelayanan Di Optik Jiwa Mandiri Kabupaten Subang Pada bulan Maret dan April 2016	bahwa dengan jumlah populasi 60 orang dimana semua populasi di jadikan sampel dengan hasil score 5 dimensi 78.17% dari <i>responsiveness</i> , 85.47% dari <i>realibility</i> , 78.56% dari <i>assurance</i> , 78.61% dari <i>emphaty</i> dan 75.44% dari <i>tangible</i> .
Perbedaan: penelitian yang dilakukan Budi menggunakan 60 populasi dan sampel di Optik Jiwa Mandiri Kabupaten Subang, sedangkan penulis menggunakan populasi dan sampelnya Di Optik Wida Majalaya Kab. Bandung		
Sumber: (Dermawan, 2016)		

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Riki Ardian	Gambaran Mutu Hasil penelitian menunjukkan bahwa Di Optik Yuda Cabang Sukajadi dengan menggunakan 6 indikator time Periode Bulan and <i>timeliness</i> 84%, <i>completeness</i> 86%,	

Mei – Juni 2019 *courtesy* 86%, *accessibility* and
convenience 82%, *accuracy* 85% dan
responsiveness 83%. Secara kumulatif
84% sudah mencapai kualitas pelayanan
yang baik.

Perbedaan: penelitian yang dilakukan Riki Ardian, membahas dengan 6 dimensi, sedangkan penulis melakukan dengan 5 dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*.

Sumber: (Ardian, 2019)

METODOLOGI PENELITIAN

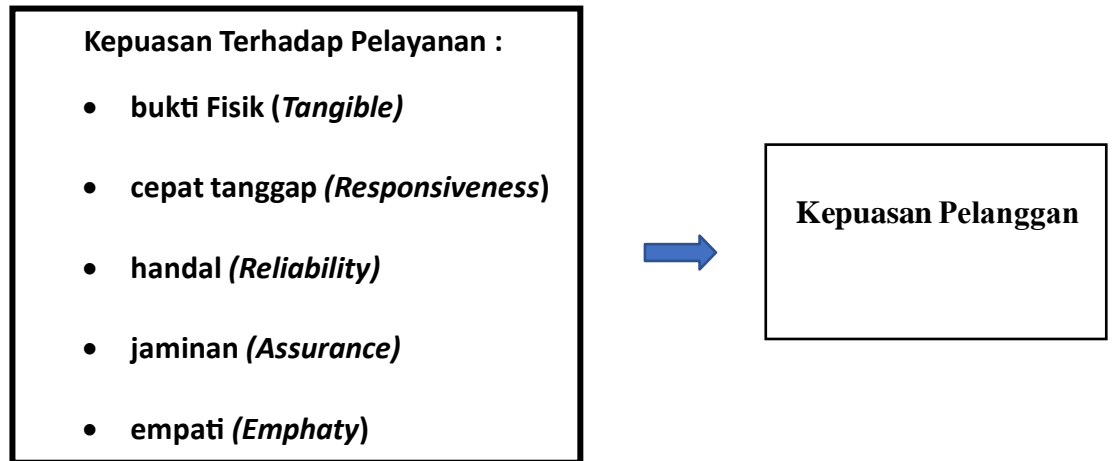
A. Kerangka Konsep

Kerangka berfikir atau kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori hubungandengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. (Sugiono,2017)

Pelanggan menilai setelah pelanggan menerima jasa pelayanan dari suatu perusahaan. Mereka menilai pelayanan yang mereka terima dengan harapan mendapatkan kepuasan dari pelayanan tersebut. Persaingan bisnis optik disaat pandemi dituntut untuk bisa meningkatkan pelayanan demi memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Oleh karena itu kinerja yang diberikan sebuah optik harus memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Pelanggan yang diberikan oleh Wida Optikal apakah sudah memenuhi kepuasan kepada pelanggan. Menurut Zeithaml dan Berry (Parasuraman & Berry, 2017) terdapat 5 dimensi yang mempengaruhi mutu pelayanan. Terdapat lima dimensi yang mempengaruhi kualitas pelayanan yakni *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Emphaty* Optik Wida menggunakan lima dimensi untuk dapat mengetahui kepuasan terhadap pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan.

Bagan 3. 1 Kerangka Konsep



B. Definisi Operasional Variabel

Dalam pembuatan definisi operasional selain memuat tentang pengertian variable secara operasional juga memuat tentang cara pengukuran, hasil ukur, dan skala pengukuran, Dalam penelitian ini variabel yang akan diukur adalah Gambaran Kepuasan Terhadap Pelayanan Di Optik Wida periode Maret – April 2023 dengan menggunakan skala ordinal (Masturoh & Temesvari, 2018).

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

Variable	Definisi Oprasional	Alat Ukur	Hasil	Skala
Kepuasan Pelanggan	Ukuran bagaimana produk Yang memenuhi keinginan Pelanggan	Kuisisioner	1. Sangat puas 2. Puas 3. Tidak Puas 4. Sangat Tidak Puas	Ordinal
Indikator	Definisi Oprasional	Alat Ukur	Hasil	Skala
<i>Tangible</i>	Fasilitas,perlengkapan, peralatan, penampilan personil secara fisik.	Kuisisioner	1. Sangat puas 2. Puas 3. Tidak Puas 4. Sangat TidakPuas	Ordinal
<i>Reliability</i>	Segala kemampuan untuk melaksanakan pelayananyang telah dijanjikan secara pasti dan terpercaya.	Kuisisioner	1. Sangat puas 2. Puas 3. Tidak Puas 4. Sangat TidakPuas	Ordinal
<i>Responsiveness</i>	Reaksi cepat dalam memberikan bantuan kepada pelanggan.	Kuisisioner	1. Sangat puas 2. Puas 3. Tidak Puas 4. Sangat TidakPuas	Ordinal
<i>Assurance</i>	Kemampuan untuk memberikan kepercayaan sehingga pelanggan merasa amandan terjamin.	Kuisisioner	1. Sangat puas 2. Puas 3. Tidak Puas 4. Sangat TidakPuas	Ordinal
<i>Empathy</i>	Memberikan perhatian dan peduli bagi pelanggan	Kuisisioner	1. Sangat puas 2. Puas 3. Tidak Puas 4. Sangat Tidak Puas	Ordinal

C. Rancangan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif yang bertujuan membuat gambaran atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif. Metode penelitian deskriptif digunakan untuk memecahkan atau menjawab permasalahan yang sedang dihadapi pada situasi sekarang. Penelitian ini dilakukan dengan menempuh

langkah-langkah pengumpulan data, klasifikasi, pengolahan data, membuat kesimpulan dan laporan (Notoatmodjo, 2014)

Berdasarkan jenis penelitian tersebut penulis ingin mengetahui gambaran kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan Penampilan fisik, Keandalan, Cepat tanggap, Jaminan, dan Empati.

2. Pendekatan Waktu Pengumpulan Data

Pendekatan waktu pengumpulan data yang digunakan yaitu potong silang (*cross section*), yaitu data yang dikumpulkan pada waktu dan tempat tertentu saja. Data *cross section* pada umumnya mencerminkan suatu fenomena dalam kurun waktu tertentu saja (Sugiarto, 2017)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian yang dilaksanakan di Optik Wida didapatkan hasil sebagai berikut :

Gambaran kepuasan terhadap pelayanan di Optik Wida berdasarkan indikator *tangible*, *reliability*, *responsiveness assurance* dan *empathy*. Dengan dilakukan perhitungan menggunakan nilai rata-rata dan penentuan kategori menggunakan nilai jenjang interval menggunakan skala likert dengan 4 kategori yaitu sangat puas, puas, tidak puas dan sangat tidak puas .

Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Gambaran Kepuasan Terhadap pelayanan berdasarkan lima dimensi

No	Indikator	Nilai	Kesimpulan
1	<i>Tangible</i>	3,10	Puas
2	<i>Reliability</i>	3,18	Puas

3	<i>Responsiveness</i>	3,17	Puas
4	<i>Assurance</i>	3,12	Puas
5	<i>Empathy</i>	3,16	Puas
Rata-rata		3,14	Puas

Tabel di atas menggambarkan nilai rata-rata untuk kepuasan pelayanan dari 5 indikator adalah adalah 3,14 dan masuk dalam kategori memuaskan.

A. Gambaran Kepuasan Terhadap Pelayanan berdasarkan Bukti Fisik (*Tangible*)

Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Gambaran Kepuasan Terhadap pelayanan berdasarkan bukti fisik (Tangible)

No	Indikator	Nilai	Rata-Rata
1	Bangunan terlihat bersih	2,97	Puas
2	Tampak tampilan depan/teras	3,14	Puas
3	lahan parkir	3,03	Puas
4	Ruang tunggu yang nyaman	3,11	Puas
5	alat pemeriksaan ter-update	3,09	Puas
6	Koleksi frame ter-update	3,11	Puas
7	Pencahayaan ruangan	3,17	Puas
8	tampilan karyawan yang rapi	3,11	Puas
9	display frame	3,09	Puas
10	desain ruangan	3,23	Puas
Rata-rata		3,10	Puas

Tabel di atas menggambarkan nilai rata-rata untuk bukti fisik (tangible) dengan adalah 3,10 dan masuk dalam kategori puas.

B. Gambaran Kepuasan Konsumen berdasarkan kehandalan (*Reliability*)

Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Gambaran Kepuasan Terhadap pelayanan berdasarkan kehandalan (Reliability)

No	Indikator	Nilai	Kesimpulan
1	Akurat pemeriksaan refraksi	3,00	Puas
2	Pembuatan kacamata(bisa di tunggu.)	3,23	Puas
3	Memberikan solusi	3,14	Puas
4	Menyelesaikan masalah	3,23	Puas
5	Teliti pesenan	3,20	Puas
6	Pelayanan yang diharapkan	3,14	Puas
7	Melayani konsumen	3,34	Puas
8	Janji yang ditawarkan	3,17	Puas
9	Pemecahan masalah	3,11	Puas
10	Memberikan informasi	3,29	Puas
Rata-rata		3,18	Puas

Tabel di atas menggambarkan nilai rata-rata untuk kehandalan (*Reliability*) adalah 3,18 dan masuk dalam kategori puas.

C. Gambaran Kepuasan Konsumen berdasarkan tanggapan (*Responsiveness*)

Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Gambaran Kepuasan Terhadap pelayanan berdasarkan tanggapan (Responsiveness)

No	Indikator	Nilai	Kesimpulan
1	Menerima keluhan	3,14	Puas
2	Pemeriksaan refraksi	3,23	Puas
3	Diagnose pemeriksaan	3,20	Puas
4	Informasi dan edukasi	3,14	Puas
5	Mengarahkan produk	3,06	Puas
6	Pembuatan kacamata	3,20	Puas
7	<i>control quality</i>	3,23	Puas
8	Penyerahan kacamata	3,14	Puas
9	kacamata sesuai resep	3,20	Puas
10	komplain konsumen	3,23	Puas
Rata-rata		3,17	Puas

Tabel di atas menggambarkan nilai rata-rata untuk tanggapan (Responsiveness) adalah 3,17 dan masuk dalam kategori puas.

D. Gambaran Kepuasan Konsumen berdasarkan Jaminan (Assurance)

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Gambaran Kepuasan Terhadap pelayanan berdasarkan Jaminan (Assurance)

No	Indikator	Nilai	Kesimpulan
1	Penguasaan karyawan	3,06	Puas
2	Fungsi peralatan optik	3,17	Puas
3	Informasi mengenai resep	3,11	Puas

4	Wawasan pengetahuan	3,09	Puas
5	Ramah, perhatian, sopan	3,09	Puas
6	Produk kami terjamin	3,11	Puas
7	Melakukan transaksi	3,11	Puas
8	Konsultasi online	3,17	Puas
9	Pelayanan Home visit	3,14	Puas
10	Melayani komplain	3,20	Puas
Rata-rata		3,12	Puas

Tabel di atas menggambarkan nilai rata-rata untuk Jaminan (Assurance) adalah 3,12 dan masuk dalam kategori puas.

E. Gambaran Kepuasan Konsumen berdasarkan Empati (Emphaty)

Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Gambaran Kepuasan Terhadap pelayanan berdasarkan Empati (Emphaty)

No	Indikator	Nilai	Kesimpulan
1	Senyum sapa	3,06	Puas
2	Pelayanan keinginan	3,17	Puas
3	Pelayanan kebutuhan	3,14	Puas
4	Memperhatikan pasien	3,06	Puas
5	Mendengarkan keluhan	3,17	Puas
6	Sopan dan ramah	3,11	Puas
7	Konsultasi	3,26	Puas

8	Tanpa pilih-pilih pasien	3,29	Puas
9	Komunikasi	3,09	Puas
10	Mengucapkan terima kasih	3,26	Puas
Rata-rata		3,16	Puas

Tabel di atas menggambarkan nilai rata-rata untuk empati (Empathy) adalah 3,16 dan masuk dalam kategori puas.

2. Pembahasan

Kepuasan pasien merupakan perasaan yang timbul dari membandingkan antara harapan dan kinerja (Kotler dan Keller, 2011). Pelanggan akan merasa puas apabila kinerja produk atau jasa yang diterimanya sama atau lebih dari yang diharapkan, akan tetapi pelanggan akan merasa tidak puas atau bahkan kecewa apabila kinerja produk atau jasa dibawah yang diharapkan.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh gambaran kepuasan terhadap pelayanan dengan lima indikator yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* di Optik Wida berada dikategori puas, dengan nilai rata-rata 3,14.

. Hasil analisis berdasarkan masing-masing indikator sebagai berikut :

1. *Tangible*

Bukti fisik dalam optik adalah terkait apa saja yang dilakukan oleh penyedia layanan atau perusahaan yang dapat berupa fasilitas fisik, bangunan, peralatan pekerja, dan penyampaian komunikasi. Bukti fisik yang diteliti dalam penelitian ini adalah mencakup bangunan, fasilitas lahan parkir, penampilan dan seragam karyawan di Optik Wida.

Hasil penelitian menunjukkan nilai rata-rata 3,10 menunjukkan bahwa kepuasan terhadap pelayanan berdasarkan bukti fisik / *Tangible* berada dikategori puas, namun ada yang perlu di benahi atau di lakukan perbaikan yaitu dalam segi kebersihan dengan

nilai rata-rata 2,97 . Adapun nilai score mengenai kebersihan masih belum maksimal dikarenakan area optik belum sepenuhnya di tutup dengan pintu kaca jadi mengakibatkan debu-debu cepat sekali masuk untuk mengatasi permasalahan tersebut ada beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk jangka panjang Optik Wida dapat berinvestasi lagi dengan menambah pintu, dan untuk jangka pendek Optik Wida dapat melakukan pengadaan alat kebersihan yang tepat untuk membersihkan area secara berkala. Optik juga dapat menerapkan prinsip pemilahan, penataan, pembersihan, standarisasi dan disiplin dalam menjaga kebersihan, bisa juga dengan melakukan inspeksi secara rutin sehingga kebersihan optik dapat dijaga.

2. *Reliability*

Reliability dalam optik merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. *Reliability* yang diteliti dalam penelitian ini adalah memberikan pelayanan dengan teliti, memberikan informasi yang mencakup anamnesa, alur pemeriksaan, hasil diagnosa dan tips cara perawatan dalam menggunakan kacamata.

Hasil penelitian menunjukkan nilai rata-rata 3,18 menunjukkan bahwa kepuasan terhadap pelayanan berdasarkan *reliability* berada dikategori puas. Namun ada yang harus di benahi atau di lakukan perbaikan yaitu dalam segi akurat dalam pemeriksaan refraksi dengan nilai rata-rata 3,00 adapun nilai score dalam segi ke akuratan dalam pemeriksaan masih belum maksimal dikarenakan belum adanya tenaga ahli refraksi optisi yang kompeten saat ini upaya yang dapat dilakukan adalah mengadakan pelatihan pada petugas optik untuk meng *up grade skill* pemeriksaan yang sesuai dengan standard dan membuat SOP Pemeriksaan sesuai dengan pemenkes No. 1424/Menkes/SK/11/2002.

3. *Responsiveness*

Responsiveness merupakan suatu tindakan yang memberikan pelayanan cepat dan tanggap dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, dimana sangat erat kaitannya dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Responsiveness yang diteliti dalam penelitian ini adalah cepat tanggap dalam melayani, memberikan pelayanan terbaik, melakukan tindakan cepat dan tepat kepada pelanggan sesuai dengan prosedur.

Hasil penelitian menunjukkan nilai rata-rata 3,17 menunjukkan bahwa kepuasan terhadap pelayanan berdasarkan *responsiveness* berada dikategori puas. namun ada yang harus di benahi atau di lakukannya perbaikan dalam segi mengarahkan produk dengan nilai 3,06 adapun nilai score dalam segi mengarahkan prodak belum maksimal dikarenakan tenaga di lapangan masih baru dan belum cukup lama beradaptasi dengan pengetahuan tentang optik. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan mengadakan pertemuan rutin minimal 1 minggu sekali untuk memberikan pelatihan mengenai *product knowledge* di optik.

4. Assurance

Assurance dalam optik yang berkenaan dengan kepuasan pelanggan berdasarkan jaminan, dimana mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. *Assurance* yang diteliti dalam penelitian ini adalah memiliki catatan medis pasien, memberikan kartu garansi frame dan lensa, kartu kontrol ukuran kacamata dan memberikan informasi jika ada keluhan yang dialami oleh pasien di kemudian hari / after sales.

Hasil penelitian menunjukkan nilai rata-rata 3,12 menunjukkan bahwa kepuasan terhadap pelayanan berdasarkan *assurance* berada dikategori puas. Sama halnya dengan *responsiveness* yang memiliki score rata-rata 3,06 dalam segi penguasaan karyawan maksud disini sama penguasaan karyawan dalam segi *knowledge* si karyawan itu sendiri yang masih belum menguasai semua produk -produk dan

keunggulan-keunggulan apa saja yang ada di optik Wida, Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan mengadakan pertemuan rutin minimal 1 minggu sekali untuk memberikan pelatihan mengenai *product knowledge* di optik.

5. *Empathy*

Empathy dalam optik adalah kemampuan karyawan suatu perusahaan dalam memberikan layanan yang penuh perhatian kepada konsumen. *Empathy* yang diteliti dalam penelitian ini adalah memberikan senyum, salam, sopan, memberikan pelayanan sesuai dengan keluhan dan kebutuhan pasien.

Hasil penelitian menunjukkan nilai rata-rata 3,16 menunjukkan bahwa kepuasan terhadap pelayanan berdasarkan *empathy* berada dikategori puas. Namun ada yang harus dibenahi dalam segi senyum sapa yang memiliki score 3,06 yang masih harus ada perbaikan, upaya yang dapat dilakukan optik membuat SOP atau standar *greeting* yang mengatur bagaimana menyapa bagi petugas dalam menghadapi klien.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan/klien merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh optik wida terlihat dari nilai rata-rata kepuasan 3,14. Responden menyatakan bahwa staf yang melayani ramah, sopan, melakukan senyum sapa dan puas akan kualitas pembuatan kacamata yang prosesnya bisa di tunggu. Namun beberapa responden mengungkapkan bahwa ada beberapa area yang harus diperbaiki seperti dalam indikator tangible adalah kebersihan, indikator responsiveness adalah mengarahkan prodak.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai gambaran kepuasan terhadap pelayanan di Optik Wida berdasarkan Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Tanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Empathy*) maka dapat disimpulkan sebagai berikut : Gambaran kepuasan terhadap pelayanan di Optik Wida pada periode Maret s/d April 2023 umumnya secara kumulatif masuk kedalam kategori puas dengan nilai rata-rata 3,14. Adapun nilai terbesar ada di kategori dimensi *reliability* yang mendapatkan score 3,18 yang mencakup nilai kepuasan dalam melayani konsumen, memberikan informasi teliti terhadap pesanan dan dalam pembuatan

kacamata pun bisa ditunggu .Sedangkan nilai terkecil ada di dalam kategori dimensi *tangible* yang ada di indikator kebersihan yang mendapatkan score 2.97 yang menjadikan sebuah perhatian besar untuk membenahi area optik Wida senantiasa bersih .

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut:

Bagi Optik Wida

1. Melakukan pengadaan alat-alat kebersihan.
2. Membuat SOP tentang pelatihan- pelatihan pengetahuan tentang optik bagi karyawan,SOP salam sapa kepada pelanggan optik Wida.

Hasil penelitian ini walaupun rata - rata sudah ada dikategori puas tetapi pada indikator *tangible*, masih ada konsumen yang menjawab tidak puas, terutama pada *tangible* pada area kebersihan yang belum maksimal dikarenakan akses jalan masih di lalui oleh kendaraan yang menggunakan tenaga hewan sehingga debu atau kotoran pun masih banyak yang masuk ke dalam optik maka penulis memberikan saran kepada optik Wida untuk senantiasa membenahi terutama dari segi kebersihan area optik demi kenyamanan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardian, R. (2019). *Gambaran Mutu Pelayanan Di Optik Yuda Cabang Sukajadi Periode Bulan Mei-Juni 2019*.
- Azwar. (2018). *Menjaga Mutu Pelayanan Kesehatan* (3rd ed.). Pustaka Sinar Harapan.
- Dermawan, B. (2016). *Gambaran Mutu Pelayanan Di Optik Jiwa Mandiri Kabupaten Subang Pada Bulan Maret Dan April 2016*.
- Masturoh, I., & Temesvari, N. A. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan. Bahan Ajar Rekam Medis dan Informasi kesehatan (RMIK)* (2018th ed.). KEMENKES.
- Notoatmodjo, S. (2014). *Metodologi Penelitian Kesehatan* (R. Cipta (ed.); ED. REV).
- Parasuraman, V. A. Z., & Berry, L. L. (2017). *Delivering Quality Service, Balancing Customer Perception and Expectations* (17th ed.). Free Press.
- Philip, K., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran, jilid 1* (18th ed.). Erlangga.
- Pomantow, R. A. P. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP DAYA BELI BAHAN BAKAR JENIS PERTALITE (STUDI PADA KONSUMEN PT. PERTAMINA (PERSERO) MANADO). *EMBA*.
- Sugiarto. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Andi.

Sugiyono, P. D. (2019). *STATISTIKA untuk PENELITIAN*. ALFABETA,CV.

https://library.nusaputra.ac.id:443/index.php?p=show_detail&id=1629

Tjiptono, & Chandra, F. G. (2017). *Service, Quality & Satisfaction*. (5th ed.). CV Andi Offset.

Utami, I. A. I. S., & Jatra, I. M. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(7).

