

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Perusahaan

CV. Agaricus Sido Makmur Sentosa (ASIMAS) merupakan perusahaan bergerak di bidang pengolahan obat-obatan herbal yang berdiri pada tahun 2001. Pada awal berdirinya CV. ASIMAS hanya sebagai perusahaan yang membudidayakan jamur herbal dengan jenis *Agaricus Blezei Murril* atau lebih dikenal dengan “Jamur Dewa”. Dengan mengadopsi nama latin dari jamur dewa maka terbentuklah nama perusahaan menjadi “Agaricus Sido Makmur Sentosa” yang disingkat ASIMAS. Pada perkembangannya, budidaya jamur tidak terfokus pada jamur dewa saja tetapi ditambah dengan jamur konsumsi lainnya, seperti tiram putih (*Pleurotus Florida*), tiram cokelat (*Pleurotus Abalonus*), jamur kuping (*Auricularia Auricula*) dan jamur merang (*Volvariella volvaceae*).

Dikarenakan cukup berkembangnya industri obat-obatan herbal di Indonesia, maka pada akhir tahun 2003 CV. ASIMAS memulai untuk memproduksi obat herbal olahan jamur dewa yaitu Agaric Tea, Agaric Pure dan Agaric Nodibet. Disamping produk-produk tersebut CV. ASIMAS juga memproduksi obat-obat herbal lain seperti Imunohepar (ekstrak temulawak), bugar tea (ekstrak jahe dan teh), dan tehita (ekstrak pegagan dan teh). Namun obat herbal olahan jamur dewa tetap menjadi produk utama dari CV. ASIMAS.

Kemudian pada tahun berikutnya CV. ASIMAS mulai mengembangkan bisnisnya ke arah jasa pembuatan obat herbal. Awalnya jasa ini lebih menguntungkan dibandingkan dengan produk-produk obat herbal yang dimiliki perusahaan. Namun dalam jangka panjang jasa ini dirasa kurang menguntungkan untuk perusahaan dikarenakan banyak dari konsumen jasa telah dapat mendirikan pabrik dan mempunyai alat produksi sendiri sehingga memutuskan hubungan dengan perusahaan dan menjadi pesaing baru dari produk herbal yang dimiliki oleh CV. ASIMAS. Untuk itulah, beberapa tahun belakangan ini CV. ASIMAS lebih memprioritaskan pengembangan produk dibandingkan dengan jasanya.

5.1.1. Lokasi Perusahaan

CV. ASIMAS terletak di Kecamatan Lawang yang berada pada ketinggian 400 – 700 m dpl dengan garis lintang 7° 49' 48" S dan 112° 42' 0" E. Kondisi iklim yang sejuk dan dikelilingi oleh gunung Anjasmoro, Arjuno, Semeru, Bromo,

Kelud dan Kawi menjadikan daerah Lawang cocok untuk membudidayakan tanaman hortikultura seperti jamur.

Kemudian untuk lokasi perusahaan terletak di jalan Inspektur Polisi Soewoto 5-8 RT.07 RW.03 Desa Bedali Kecamatan Lawang Kabupaten Malang. Luas bangunan perusahaan kurang lebih 477 m² dengan status tanah yaitu hak milik No. 51/SU.42/1978. Sedangkan untuk batas-batas perusahaan dapat dilihat pada Lampiran 6.

5.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi : CV. ASIMAS adalah perusahaan obat tradisional yang peduli dengan kesehatan masyarakat

Misi : Memproduksi obat tradisional yang berkualitas

Slogan : Alami dan Sehat Bersama ASIMAS

Budaya : 3S (Senyum, Salam, Sapa)

5.1.3. Tujuan Perusahaan

Setiap perusahaan baik yang menjual produk maupun jasa, dalam usahanya tentu mempunyai satu tujuan yang ingin dicapai dalam jangka waktu pendek dan jangka waktu panjang. Berikut ini merupakan tujuan jangka pendek dan jangka panjang dari CV. ASIMAS dalam mengembangkan perusahaan.

1. Tujuan Jangka Pendek

Tujuan jangka pendek dari CV. ASIMAS antara lain:

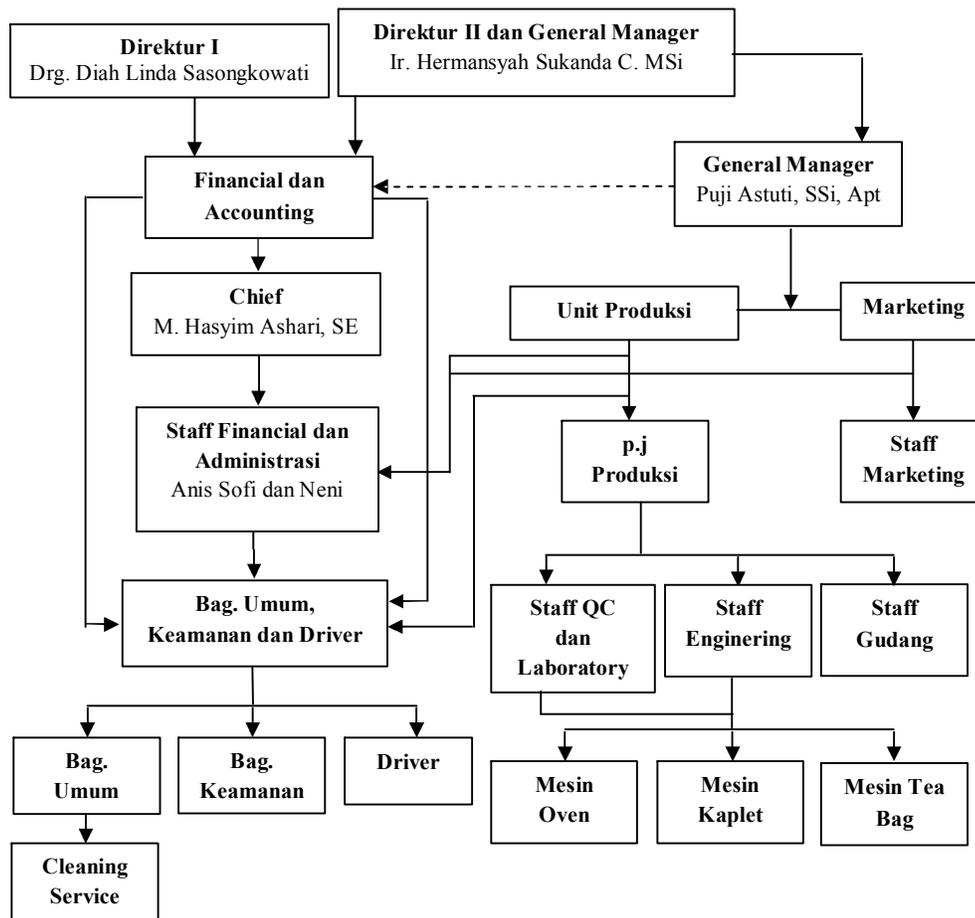
- a. Meningkatkan konsumen jasa dan penjualan produk.
- b. Berusaha semaksimal mungkin untuk memenuhi permintaan konsumen baik dari segi kualitas maupun kuantitas.
- c. Berusaha menekan biaya seefisien mungkin, baik biaya produksi maupun biaya-biaya lainnya.

2. Tujuan Jangka Panjang

Tujuan jangka panjang merupakan kelanjutan dari tujuan jangka pendek yang telah ditetapkan oleh CV. ASIMAS, diantaranya adalah:

- a. Mengembangkan produk obat herbal olahan jamur dewa.
- b. Mencari tingkat laba optimal.
- c. Menjaga kontinuitas perusahaan.
- d. Menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

5.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan



Skema 4. Struktur Organisasi di CV. ASIMAS

Struktur organisasi disusun untuk membagi tugas dan wewenang antar pimpinan dan karyawan dengan baik, agar tercipta suasana kerja yang kondusif dan dapat meningkatkan kualitas dari perusahaan. Lebih lanjut dapat dijelaskan tugas dan kewenangan setiap divisi/unit di CV. ASIMAS sebagai berikut:

1. Direktur

Direktur memiliki tugas dan wewenang untuk mengawasi dan mengkoordinasi semua faktor produksi serta tanggung jawab terhadap direksi, mengevaluasi dari hasil kerja setiap tahunnya untuk meningkatkan mutu dan kualitas produksi pada tahun mendatang, mengatur pembiayaan perusahaan. Selain itu, juga mengawasi semua rencana kerja agar dapat terlaksana dengan baik dan lancar sesuai dengan harapan dan ketentuan.

2. *Financial dan Accounting*

Tugas dari *Financial dan Accounting* adalah merencanakan dan mengawasi kegiatan pelaksanaan pembukuan dan keuangan perusahaan, mengurus semua hal yang berhubungan dengan pajak dan asuransi perusahaan, memeriksa dan menganalisis data dan laporan keuangan perusahaan. Selain itu juga memantau kinerja dari unit yang berada dibawahnya yaitu administrasi dan finance, bagian umum, keamanan dan driver. Dimana tugas dari unit-unit tersebut dijelaskan sebagai berikut:

a. Administrasi

Administrasi bertugas sebagai tim pelayanan konsumen dan segala keperluan administrasi dari CV. ASIMAS. Segala bentuk kegiatan administrasi yang dilakukan oleh perusahaan harus melalui unit ini.

b. Bagian umum, keamanan, dan driver

Bagian umum bertugas untuk menyediakan kebutuhan atau perlengkapan karyawan saat menjalankan pekerjaannya, seperti menyediakan sarung tangan dan masker untuk karyawan di bagian produksi. Selain itu bagian umum juga bertanggung jawab terhadap kebersihan ruangan dan lingkungan perusahaan. Kemudian bagian keamanan atau *security* bertugas dalam menjaga keamanan perusahaan. Selain itu *security* merupakan orang pertama yang menerima konsumen atau tamu yang berkunjung ke perusahaan. Sedangkan bagian *driver* bertugas untuk mengantar karyawan berbelanja bahan baku untuk produksi obat herbal.

3. General Manajer

CV. ASIMAS memiliki *general manager* (manager umum) yang bertugas untuk memantau kinerja masing-masing fungsi unit yang berada dibawah pengelolaannya yaitu unit produksi dan marketing, dan juga memberi keputusan sehubungan dengan arah dan sasaran perusahaan. Dimana tugas dari masing-masing unit yang berada dibawah pengawasan *general manager* dijelaskan sebagai berikut:

a. Penanggung Jawab Produksi

Secara umum tugas dari penanggung jawab produksi adalah mengupayakan tercapainya sasaran produksi, perbaikan proses produksi secara

berkesinambungan dalam sistem produksi yang efisien dan efektif, mengawasi kegiatan pengendalian persediaan bahan baku, bahan penunjang dan proses produksi. Demi menciptakan sistem produksi yang efisien dan efektif maka penanggung jawab produksi memiliki beberapa staff yaitu staff *quality control*, staff *engginering*, dan staff gudang. Dimana tugas dari masing-masing staff adalah sebagai berikut:

- 1) Staff *quality control* (QC) dibutuhkan untuk mengontrol kualitas dari bahan baku, proses produksi dan produk jadi. Sehingga nantinya produk jadi memiliki kualitas yang baik.
- 2) Staff *engginering* bertanggung jawab terhadap kerja dari mesin produksi dari CV. ASIMAS
- 3) Staff gudang bertanggung jawab terhadap ketersediaan dan jumlah bahan baku, bahan penunjang dan juga produk jadi yang siap dipasarkan.

b. Kepala Marketing

Tugas dari kepala marketing adalah merencanakan kegiatan marketing dari CV. ASIMAS. Kepala marketing mempunyai seorang staff marketing yang bertugas untuk menjalankan rencana marketing untuk produk maupun jasa dengan efektif.

5.1.5. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan bagian terpenting dari suatu perusahaan karena berhubungan dengan keberhasilan seluruh kegiatan dari perusahaan. SDM dari CV. ASIMAS dapat dilihat berdasarkan beberapa faktor yaitu usia, tingkat pendidikan, masa kerja, jumlah gaji, dan training yang diikuti. Faktor usia berhubungan dengan produktifitas dari karyawan. Untuk tingkat pendidikan karyawan berhubungan dengan ketangkasan, kecekatan dan kemampuan penguasaan teknologi yang dibutuhkan oleh perusahaan. Masa kerja berhubungan dengan pengalaman karyawan dalam menjalankan pekerjaannya. Jumlah gaji berhubungan dengan tingkat kesejahteraan karyawan, karena kesejahteraan dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Dan jumlah training berhubungan dengan kompetensi karyawan dalam menjalankan pekerjaannya.

Tabel 2. Sumber Daya Manusia di CV. ASIMAS

No	Posisi	Jumlah	Jenis Kelamin	Usia	Tingkat Pendidikan	Masa Kerja	Jumlah Gaji (Rp)	Training yang Pernah Diikuti
1.	Manager Umum	1	P	34	Sarjana	8 tahun	3.500.000	Pengoprasian mesin
2.	Accounting	1	L	25	DIV	1 tahun	1.800.000	Training karyawan baru (3 bulan)
3.	Staff Administrasi	1	P	23	D1	2 tahun	1.800.000	Training karyawan baru (3 bulan)
4.	Staff Finance	1	P	23	D1	3 tahun	2.000.000	Training karyawan baru (3 bulan)
5.	Bag. umum	2	L	20	SMA	1 tahun	900.000	-
			P	43	SD	8 tahun	1.000.000	
6.	Bag. Keamanan	3	L	62	SD	10 tahun	1.200.000	-
			L	32	SMA	10 tahun	1.200.000	-
			L	33	SMA	10 tahun	1.200.000	-
7.	Driver	1	L	32	SMA	10 tahun	1.200.000	-
8.	Kepala Produksi	1	P	34	Sarjana	8 tahun	3.000.000	Pengoprasian mesin
8.	Staff QC dan Laboratory	4	L	21	D3	1 tahun	1.800.000	Training karyawan baru (3 bulan)
			L	23	D3	2 tahun	2.000.000	Training karyawan baru (3 bulan)
			P	23	D3	1 tahun	1.800.000	Training karyawan baru (3 bulan)
			L	24	D3	1 bulan	1.800.000	Training karyawan baru (3 bulan)
9.	Staff Enggining dan Produksi	4	L	29	SMA	8 tahun	2.000.000	Pengoprasian mesin
			L	24	SMA	2 tahun	2.000.000	Pengoprasian mesin
			L	31	SMA	4 tahun	2.000.000	Pengoprasian mesin
			L	23	SMA	3 tahun	2.000.000	Pengoprasian mesin
10.	Staff Gudang	1	L	39	SMA	1 tahun	2.000.000	Training karyawan baru (3 bulan)
11.	Kepala Marketing	1	L	34	Sarjana	11 tahun	3.500.000	Training karyawan baru (3 bulan)
12.	Staff Marketing	1	L	22	D3	8 bulan	1.800.000	Training karyawan baru (3 bulan)

Sumber : Diolah dari data primer, 2012.

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa jumlah keseluruhan karyawan yang ada di CV. ASIMAS adalah 21 orang yang dibagi pada beberapa unit atau

divisi. Dari 21 orang tersebut memiliki mayoritas tingkat usia antara 21-40 tahun. Hal tersebut berarti bahwa karyawan di CV. ASIMAS mempunyai rentang usia yang produktif dengan tingkat pendidikan SMA sampai dengan sarjana. Sehingga berdasarkan usia dan tingkat pendidikan karyawan di CV. ASIMAS dapat mendukung kinerja dari perusahaan.

Dari segi masa kerja dapat dilihat bahwa mayoritas karyawan di bagian produksi dan marketing mempunyai masa kerja dibawah 3 tahun (dihitung dari tahun masuk sampai tahun 2012). Hal ini mengindikasikan bahwa terjadi fluktuasi karyawan yang masuk dan keluar di bagian produksi dan marketing. Cukup banyaknya karyawan masuk dan keluar disebabkan karena perusahaan belum memikirkan kesejahteraan karyawannya. Dibuktikan dengan tidak adanya *reward and punishment* yang biasanya diterapkan oleh banyak perusahaan. Maksud dari *reward dan punishment* disini bukan berkenaan dengan bonus jika terdapat lembur dan sebagainya melainkan tidak ada struktur kenaikan jabatan yang jelas dalam sistem organisasi perusahaan. Kenaikan jabatan dapat terjadi jika karyawan yang menduduki posisi di atasnya mundur dari perusahaan sehingga karyawan yang berada di posisi dibawahnya berpeluang untuk menggantikan posisi tersebut. Selain itu, kenaikan gaji/ upah karyawan masih tergantung dengan lamanya karyawan tersebut bekerja kepada perusahaan, bukan dikarenakan kinerja dari karyawan tersebut. Hal tersebut menjadi alasan karyawan memilih untuk mencari perusahaan lain yang lebih menjanjikan kesejahteraannya.

Kemudian, pelatihan atau training yang disediakan oleh perusahaan kepada karyawannya adalah training selama tiga bulan sebelum mereka menjadi tenaga kerja tetap. Namun khusus untuk staff *engginering* mendapatkan pelatihan mengenai pengoprasian mesin produksi yang dimiliki oleh perusahaan dengan mendatangkan tenaga ahli dari perusahaan pembuat mesin-mesin produksi tersebut. Namun kegiatan pelatihan ini pun tidak rutin dilaksanakan pada rentang waktu tertentu, hanya dilaksanakan jika terjadi kendala pengoprasian dengan mesin-mesin produksi tersebut.

5.1.6. Produk CV. ASIMAS

Adapun produk herbal olahan jamur dewa dari CV. ASIMAS antara lain:

1. Agadro Nodibet

Agadro Nodibet merupakan perpaduan ekstrak *Agaricus blazei Murill* (jamur dewa) dan *Andrographis folium* (sambiloto) yang berkhasiat untuk mencegah dan mereduksi kadar gula dalam darah dan mengaktifkan kinerja pankreas untuk menghasilkan insulin. Beta D - Glucan dan Polisacharide berkhasiat sebagai potensi kekebalan (*imonopotensiator*) pada perkembangan diabetes sehingga mampu mencegah komplikasi kronis yang dapat menyerang pada pembuluh darah, jantung, ginjal, sistem syaraf, mata, impotensi, kulit maupun kaki dan sebagainya.

2. Agaric Pure

Agaric Pure mengandung 100% Jamur Dewa (*Agaricus blazei Murril / ABM*). Mengandung senyawa beta (β) 1,3 D Glucan dan beta (β) 1,6 D Glucan yang berfungsi untuk mengaktifkan fungsi sel macrophage dan meningkatkan kekebalan tubuh.

3. Agaric Tea

Perpaduan antara teh hitam dengan jamur *Agaricus blazei Murril* yang mengandung senyawa-senyawa alami dari teh dan senyawa aktif beta (b) 1,3 D Glucan dan beta (b) 1,6 D Glucan.

Ketiga produk tersebut mempunyai karakteristik yang sama yaitu berbahan baku dari jamur dewa (*Agaricus Blazei Murril*). *Agaricus blazei Murril* (ABM) adalah jamur kesehatan yang masih keluarga dekat dengan jamur Shitake (*Lentinus edodes*) yakni sama dalam satu Family Agaricaceae.

Agaricus blazei Murril (ABM) berasal dari sebuah kota yang bernama Piedade, Saupaulo, Brazil. Dimana disebut dengan nama Cogumello Do Sol atau Cogumello de deus, juga disebut dengan Himematsutake di jepang. Dengan kondisi iklim suhu 35° C pada siang hari dan 20-25°C pada malam hari dengan kelembaban 80%. Jamur ABM sangat terpengaruh oleh kondisi iklim lingkungan yang ekstrim. Jamur ABM hanya tumbuh secara alami pada bulan Oktober dan April dan sangat sulit untuk tumbuh secara alami sehingga sangat sulit ditemukan dialam. Secara normal ukuran jamur ABM kira-kira tinggi 10-15 cm dengan lebar tudung 7-10 cm. Jamur ABM menghendaki suhu yang lebih rendah dengan sinar matahari tidak langsung yang sangat sedikit. Perbandingan berat dan volume

sangat penting dimana dalam setiap 12 kg jamur ABM segar hanya mampu menghasilkan 1 kg jamur ABM kering, dan ini bisa menjadi lebih sedikit setelah diadakan sortasi atau seleksi produk.

Jamur ABM dapat tumbuh pada kondisi yang hanya benar-benar tepat, sehingga menyebabkan produksi sangat tidak stabil sehingga hanya mampu untuk memenuhi konsumsi di wilayah Piedade saja. Meskipun impor ke Jepang sangat sulit, namun setelah beberapa tahun kemudian Jepang berusaha untuk memproduksi secara besar dalam kondisi yang terkontrol dalam ruang dan ini membuktikan sangat sulit dan tidak bisa menjamin produksi yang stabil. Walaupun kemudian pada tahun 1992 teknik Kyowa telah mencapai sukses pertama kali didunia untuk memproduksi secara besar-besaran dengan perusahaan yang ahli bioteknologi, sehingga mampu menyediakan suplai ABM untuk memenuhi kebutuhan makanan kesehatan.

Seiring dengan kemajuan teknologi, jamur ABM sudah dibudidayakan di Jepang, Brazil, Korea dan USA, juga di Indonesia yaitu di CV. ASIMAS yang ada di Kecamatan Lawang Kabupaten Malang. Di CV. ASIMAS jamur ABM dibudidayakan secara benar-benar alami atau natural dan tanpa menggunakan bahan kimia atau zat aditiv.

5.2. Deskripsi Pelayanan CV. ASIMAS

Pelayanan konsumen yang baik adalah salah satu kunci suksesnya suatu perusahaan di kemudian hari. Untuk itu CV. ASIMAS sebagai salah satu perusahaan herbal perlu mengetahui keinginan dan harapan dari konsumen demi memberikan pelayanan yang memuaskan. Karena didalam pengelolaan perusahaan, konsumen adalah objek yang paling vital didalam pelayanan. Sehingga CV. ASIMAS dituntut untuk memberi pelayanan yang memuaskan kepada konsumennya baik langsung maupun tidak langsung. Karena pada umumnya, konsumen yang merasa terpuaskan dengan pelayanan perusahaan akan membeli kembali produk dari perusahaan yang sama.

5.2.1. Identifikasi Pelayanan CV. ASIMAS

Sifat pelayanan yang *intangible* menyebabkan relatif untuk menilainya. Oleh karena itu diperlukan sejumlah unsur atau dimensi untuk mengidentifikasi dan mengukur kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman *et al.*, 1995 (*dalam*

Lupiyoadi, 2001) menyatakan bahwa terdapat lima dimensi dalam menentukan dan menilai kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Berikut ini merupakan identifikasi pelayanan dari CV. ASIMAS berdasarkan dimensi kualitas layanan.

1. Bukti Fisik

Bukti fisik merupakan kemampuan CV. ASIMAS untuk menunjukkan eksistensinya sebagai produsen obat herbal yang berkualitas kepada konsumen. Berikut ini adalah atribut pelayanan yang merupakan bukti dari CV. ASIMAS dalam menunjukkan eksistensinya sebagai produsen obat herbal kepada konsumen.

a. Ketersediaan Ruang Tunggu

Ruang tunggu yang luas dan nyaman berperan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan adanya ruang tunggu yang luas, maka konsumen akan merasa nyaman saat melakukan pembelian langsung ke perusahaan. Sehingga nantinya akan mempengaruhi tingkat kepuasan dari konsumen produk herbal olahan jamur dewa. Di CV. ASIMAS terdapat 2 ruangan/ tempat yang biasanya digunakan oleh konsumen untuk menunggu giliran untuk dilayani. Ruangan pertama berada pada lantai satu dan menjadi satu dengan *counter* pembelian yang terletak di ruang terdepan dari perusahaan sebagaimana dapat dilihat pada Lampiran 7. Pada ruang tunggu pertama yang juga merupakan *counter* pembelian dari CV. ASIMAS berukuran kurang lebih $5 \times 3 \text{ m}^2$ dan terdapat beberapa properti seperti sofa, kursi, meja, etalase dan beberapa alat-alat kantor, seperti terlihat pada Lampiran 9. Sedangkan ruangan kedua berada pada lantai dua dan menjadi satu dengan ruang *meeting* perusahaan. Ruangan kedua ini berukuran sedikit lebih besar dari ruangan pertama yaitu kurang lebih sebesar $6 \times 4 \text{ m}^2$. Dan untuk properti yang terdapat pada ruangan kedua ini mayoritas sama dengan ruangan pertama, seperti sofa, meja, kursi plastik dan etalase, seperti terlihat pada Lampiran 10.

b. Kebersihan Ruangan dan Lingkungan Perusahaan

Kebersihan ruangan dan lingkungan perusahaan merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan bagi industri makanan dan minuman. Sehingga CV. ASIMAS sebagai produsen obat-obatan herbal perlu untuk memperhatikan

masalah kebersihan, khususnya ruangan produksi. Karena berhubungan dengan kualitas dari produk obat herbal yang diproduksi. Selain itu, ruangan dan lingkungan yang bersih akan menciptakan suasana yang nyaman bagi konsumen yang melakukan pembelian langsung ke perusahaan. Sedangkan bagi karyawan, kondisi yang nyaman dapat meningkatkan kinerja mereka dalam melayani konsumen. Untuk itulah CV. ASIMAS memperkerjakan dua orang *cleaning service* untuk mengontrol kebersihan setiap ruangan dan lingkungan sekitar perusahaan.

c. Kelayakan Alat-Alat Kantor

Ketersediaan alat-alat kantor seperti komputer, mesin fax, printer dan mesin fotocopy merupakan salah satu faktor yang penting dalam membantu karyawan menjalankan pekerjaannya. Dengan adanya peralatan kantor yang lengkap dan layak, diharapkan kinerja karyawan pun menjadi baik. Selain peralatan kantor yang disediakan untuk karyawan, perusahaan juga memfasilitasi peralatan yang berguna untuk memberi kenyamanan dan kemudahan konsumen dalam pembelian obat herbal olahan jamur dewa. Beberapa peralatan kantor tersebut contohnya adalah AC yang berguna untuk memberi kenyamanan konsumen saat berada di perusahaan, jaringan wifi yang berguna sebagai jaringan internet untuk membuka ataupun membalas email yang dikirim oleh konsumen, telepon yang berguna sebagai alat komunikasi antara konsumen dengan karyawan. Dengan adanya peralatan-peralatan tersebut diharapkan konsumen dapat merasa nyaman dan mudah saat melakukan pembelian atau pemesanan obat herbal di CV. ASIMAS.

d. Pelayanan Pembelian Melalui Email dan Telepon

Selain pembelian secara langsung, CV. ASIMAS juga menyediakan pembelian melalui email dan juga telepon. Hal ini dilakukan untuk mempermudah konsumen yang tidak bisa melakukan pembelian secara langsung, karena mayoritas konsumen dari CV. ASIMAS berasal dari luar daerah. Untuk itulah dengan adanya layanan pembelian via email atau telepon diharapkan dapat membantu konsumen untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan tanpa harus melakukan pembelian langsung. Sehingga lebih efisien tanpa menyita waktu dan mengganggu kegiatan konsumen.

e. Kerapian Karyawan

Karyawan sebagai orang terdepan dari sistem pelayanan terhadap konsumen merupakan bagian yang sangat penting dalam mempengaruhi sikap konsumen terhadap *image* dari perusahaan. Dengan penampilan karyawan yang rapi akan memperkuat kualitas pelayanan secara keseluruhan. CV. ASIMAS memberlakukan aturan untuk berpenampilan yang sopan, rapi dan bersepatu untuk semua karyawannya. Tetapi khusus untuk karyawan di bagian produksi, gudang dan riset produk, pakaian lebih menyesuaikan. Misalnya jika karyawan produksi sedang melakukan kegiatan produksi maka mereka tidak diharuskan memakai pakaian rapi dan bersepatu. Tetapi diwajibkan untuk mengenakan jas lab, penutup kepala dan mulut, serta bersandal sesuai dengan standart operasional yang ditetapkan oleh CV. ASIMAS.

2. Kehandalan

Kehandalan adalah kemampuan CV. ASIMAS dalam memberikan pelayanan secara akurat sesuai dengan yang dijanjikan. Berikut ini adalah beberapa bentuk pelayanan yang diberikan oleh CV. ASIMAS terhadap konsumennya berdasarkan aspek kehandalan.

a. Kesungguhan dalam melayani konsumen

Di dalam melayani konsumen dibutuhkan kesungguhan dari setiap karyawan agar konsumen merasa terpuaskan dari pelayanan yang mereka berikan. Untuk itulah CV. ASIMAS sebagai perusahaan yang berorientasi kepada konsumen mengharuskan kepada seluruh karyawannya untuk bersungguh-sungguh dalam melayani konsumen khususnya bagi staff marketing dan administrasi yang yang terlibat langsung dengan konsumen. Kesungguhan dalam melayani konsumen ini dibuktikan dengan cara karyawan tidak mengeluh dan malas-malasan dalam memenuhi segala permintaan konsumen.

b. Ketepatan karyawan dalam penyampaian informasi produk

Dalam melakukan pembelian obat herbal olahan jamur dewa, informasi produk sangat diperlukan konsumen. Informasi tersebut diperlukan agar konsumen percaya terhadap kualitas dari produk herbal olahan jamur dewa tersebut sebelum mengkonsumsinya. Selain itu informasi pra pembelian juga diperlukan konsumen untuk menentukan khasiat/ manfaat dari produk herbal

olahan jamur dewa tersebut sesuai dengan keluhan yang dideritanya. Untuk itulah kehandalan karyawan CV. ASIMAS dalam penyampaian informasi produk sangat diperlukan. Agar tidak terjadi perbedaan pemikiran antara karyawan dan juga konsumen. Untuk menciptakan kehandalan karyawan bagian marketing dalam penyampaian informasi produk. Maka pada masa training karyawan selama tiga bulan tersebut, karyawan bagian marketing dituntut untuk memahami mengenai seluk beluk produk obat herbal yang ditawarkan oleh CV. ASIMAS khususnya yang berbahan baku jamur dewa. Sehingga saat berinteraksi dengan konsumen mereka dapat menjelaskan dengan baik mengenai produk herbal olahan jamur dewa yang ditawarkan oleh perusahaan.

c. Kemudahan dalam transaksi pembayaran

Transaksi jual beli merupakan salah kegiatan penting yang dilakukan setiap perusahaan baik yang bergerak dibidang jasa maupun produk. Untuk itu CV. ASIMAS memberikan kemudahan bagi para konsumen yang bertempat tinggal jauh dari perusahaan dan tidak bisa bertransaksi langsung dapat melakukan transaksi melalui bank BCA. Dipilihnya bank BCA dikarenakan bank BCA merupakan salah satu bank besar yang ada di Indonesia yang mempunyai cabang disetiap wilayah di Indonesia. Sehingga akan memudahkan konsumen untuk melakukan transfer.

d. Ketepatan waktu dalam pengiriman barang

Salah satu bentuk layanan yang diberikan oleh CV. ASIMAS adalah pengiriman barang sesuai dengan tempat dan jadwal yang telah disepakati. Hal ini dilakukan mengingat konsumen dari CV. ASIMAS mayoritas berada cukup jauh dari lokasi perusahaan. Untuk itulah demi tetap menjaga kepuasan konsumennya maka CV. ASIMAS mengupayakan pengiriman barang cepat dan tepat berada ditangan konsumen. CV. ASIMAS tidak melakukan pengiriman barang sendiri, melainkan memanfaatkan jasa pengiriman yang ada seperti JNE, Platinum, dan Wahana. Tetapi walaupun begitu CV. ASIMAS tetap mempunyai standart waktu pengiriman yang cepat dan tepat agar konsumen merasa puas dengan perusahaan. Karena bagaimanapun juga komplain keterlambatan pengiriman barang nantinya tetap ditujukan konsumen

kepada CV. ASIMAS bukan jasa pengiriman barangnya. Oleh karena itu CV. ASIMAS akan memberikan ganti rugi seperti pengurangan harga jika barang yang dikirim tidak sampai sesuai dengan estimasi dari perusahaan. Dalam menentukan estimasi waktu pengiriman tersebut, CV. ASIMAS memilih jasa pengiriman yang professional dan juga paket pengiriman tercepat dari perusahaan tersebut. Estimasi waktu yang ditetapkan oleh CV. ASIMAS dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Estimasi Waktu Pengiriman Barang

No	Wilayah tujuan	Estimasi waktu
1.	Jawa Timur	1 - 2 hari
2.	Jawa Barat	1 - 3 hari
3.	Jawa Tengah	1 - 3 hari
4.	Luar Jawa	4 hari – 1 minggu

Sumber : Diolah dari data primer, 2012.

Selain cepat dan tepat, standart keamanan barang yang dikirim juga diterapkan oleh CV. ASIMAS. Untuk itulah CV. ASIMAS selalu melapisi barang yang dikirim dengan kardus agar memperkecil kerusakan kemasan, selain itu setelah barang dilapisi dengan kardus maka barang tersebut dibungkus dengan selotip agar jika terkena air tidak merembes sampai kekemasan produk sehingga produk yang sampai ditangan konsumen tetap sama bentuk fisiknya dengan saat produk tersebut belum dikirim.

3. Daya Tanggap

Daya tanggap adalah kemampuan dari CV. ASIMAS dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat bagi konsumen obat herbal olahan jamur dewa. Dan berikut ini adalah daya tanggap dari CV. ASIMAS dalam memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen.

a. Pelayanan yang segera dan cepat bagi konsumen

Walaupun telah menyediakan fasilitas ruang tunggu kepada konsumen. CV. ASIMAS tetap menuntut setiap karyawannya untuk melakukan pelayanan yang cepat dan tepat terhadap konsumen. Hal tersebut agar konsumen tidak merasa bosan dan jenuh menunggu terlalu lama saat melakukan pembelian obat herbal olahan jamur dewa di CV. ASIMAS. Lebih lanjut, pelayanan yang cepat terhadap konsumen diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Dengan puasnya konsumen terhadap pelayanan dari CV. ASIMAS diharapkan

nantinya konsumen menjadi loyal terhadap produk obat herbal olahan jamur dewa CV. ASIMAS. Namun dalam memberikan pelayanan yang cepat dan segera CV. ASIMAS terkendala dengan kurangnya SDM dibagian *front line* yang berhubungan dengan pelayanan konsumen . Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 2 mengenai SDM dari CV. ASIMAS, dimana hanya terdapat satu karyawan dari staff marketing dan juga satu karyawan di bagian administrasi. Sehingga perusahaan cukup kesulitan menerapkan pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen.

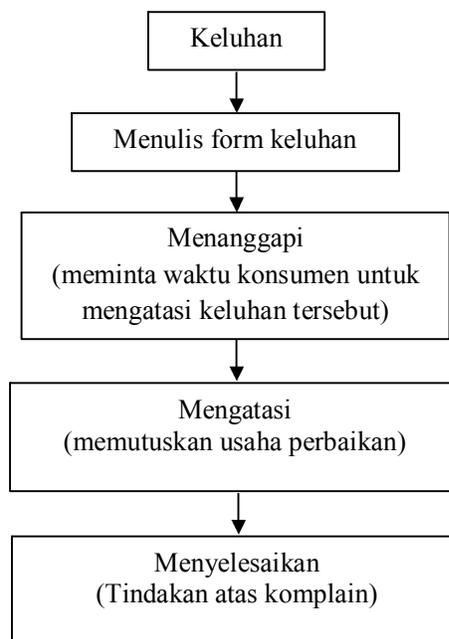
b. Kecepatan tanggapan pembelian melalui email dan telepon

Dengan adanya layanan pembelian melalui email dan telepon, maka karyawan dituntut untuk cepat memberi tanggapan dari layanan tersebut. Untuk itulah karyawan di bagian administrasi dan marketing diharapkan mampu untuk memberi tanggapan yang cepat dan tepat dari pembelian melalui email dan telepon. Hal tersebut juga dikarenakan terbatasnya SDM di bagian tersebut yang membuat pelayanan ini kadang tidak terealisasikan dengan baik. Untuk pembelian melalui telepon tidak bermasalah terhadap kecepatan tanggapan. Namun untuk pembelian melalui email kadang kurang ditanggapi dengan cepat bahkan kadang pengirim email harus menelepon agar dapat ditanggapi dengan cepat oleh karyawan.

c. Kecepatan tanggapan terhadap komplain

Penanganan komplain dengan cepat dan baik merupakan sesuatu yang penting dilakukan bagi perusahaan yang menjual barang yang bersifat *tangible*. Karena menurut Mudie & Cottam (1999), umumnya jumlah konsumen yang tidak puas terhadap barang/ produk suatu perusahaan lebih besar dibanding dengan konsumen yang tidak puas pada sebuah jasa. Pada skema 5 dapat dilihat proses penanganan keluhan yang diterapkan di CV. ASIMAS. Secara umum proses penanganan komplain dari CV. ASIMAS dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan konsumen tidak puas dan mengeluh. Sumber dari masalah ini perlu diatasi, ditindaklanjuti dan diupayakan agar di masa datang tidak timbul masalah yang sama. Langkah ini merupakan langkah yang sangat vital, karena menentukan langkah-langkah selanjutnya. Dalam langkah ini, kecepatan dan ketepatan penanganan

merupakan hal krusial, karena dapat menentukan puas tidaknya konsumen terhadap penanganan komplain yang diajukan konsumen. Untuk itulah CV. ASIMAS menuntut setiap karyawan untuk menindaklanjuti dan menangani setiap keluhan yang diutarakan oleh konsumen. Karena ketidakpuasan akan semakin besar apabila konsumen yang mengeluh merasa keluhannya tidak segera diselesaikan dengan baik. Namun dikarenakan koordinasi yang kurang dari organisasi perusahaan, menyebabkan direktur perusahaan yang kurang berani dalam memutuskan usaha kompensasi dari komplain konsumen, menyebabkan beberapa komplain dari konsumen belum dapat ditanggapi dengan baik.



Skema 5. Skematis Penanganan Keluhan di CV. ASIMAS

d. Kesiediaan karyawan memperhatikan konsumen

Setiap konsumen yang datang untuk membeli obat herbal di CV. ASIMAS pasti dengan keluhan yang berbeda-beda sesuai dengan penyakit atau permasalahan yang dideritanya. Untuk itulah dibutuhkan kesiediaan karyawan dari CV. ASIMAS dalam memperhatikan dan menanggapi keluhan penyakit yang diderita dari konsumen. Sehingga selain menjual produk obat herbal, CV. ASIMAS juga menuntut setiap karyawannya untuk dapat memberi solusi terbaik terhadap penyakit atau permasalahan yang diderita oleh konsumen. Karena dengan kesiediaan karyawan memperhatikan konsumen diharapkan

konsumen dapat merasa puas karena karyawan CV. ASIMAS dapat memberi pelayanan lebih terhadap mereka. Namun pelayanan ini terkendala dengan beban kerja yang diberikan oleh perusahaan. Dikarenakan SDM di bagian marketing yang minim harus menjalankan dua pemasaran sekaligus yaitu pemasaran untuk produk dan jasa.

4. Jaminan

Jaminan adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para karyawan CV. ASIMAS untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Berikut ini adalah jaminan dari CV. ASIMAS dalam memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen.

a. Keterampilan dan pengetahuan karyawan

Dalam bidang pelayanan yang menonjol dan paling cepat dirasakan oleh orang-orang yang menerima layanan adalah kemampuan pelaksanaannya. Mereka inilah yang yang menentukan kesan atas baik buruknya layanan. Dengan kemampuan yang memadai maka pelaksanaan tugas/ pekerjaan dapat dilakukan dengan baik, cepat, dan memenuhi keinginan semua pihak, baik manajemen itu sendiri maupun konsumen. Kemampuan karyawan CV. ASIMAS dalam melayani tidak hanya terpusat pada pengetahuan terhadap produk saja tetapi juga terhadap seluk beluk pekerjaan yang dijalankannya. Namun juga kesediaan karyawan CV. ASIMAS dalam memberi perhatian dan solusi kepada konsumen terhadap penyakit atau permasalahan yang dideritanya. Untuk itulah CV. ASIMAS menuntut para karyawan di bagian/ unit marketing dan administrasi untuk memperluas pengetahuannya dibidang kesehatan dan obat-obat herbal. Karena karyawan di bagian tersebut berhubungan dengan pelayanan terhadap konsumen. Hal ini merupakan beban yang cukup berat bagi karyawan di bagian marketing dan administrasi dikarenakan pendidikan dari karyawan tersebut tidak berhubungan langsung dengan bidang kesehatan dan juga obat-obatan herbal.

b. Keramahan karyawan

Senyum, salam dan sapa merupakan suatu budaya yang diterapkan kepada CV. ASIMAS kepada karyawannya. Setiap karyawan diharuskan untuk menjalankan budaya tersebut kepada konsumen maupun kepada karyawan

yang lain. Kegunaan dari budaya ini adalah agar tercipta suasana nyaman bagi konsumen maupun karyawan yang berada didalam lingkungan perusahaan.

c. Adanya sertifikasi CPOTB, ijin produk dan label halal

Adanya Sertifikasi CPOTB, ijin produk dan label halal merupakan salah satu bentuk juaminan kualitas produk dari CV. ASIMAS kepada konsumennya, seperti yang dijelaskan sebagai berikut:

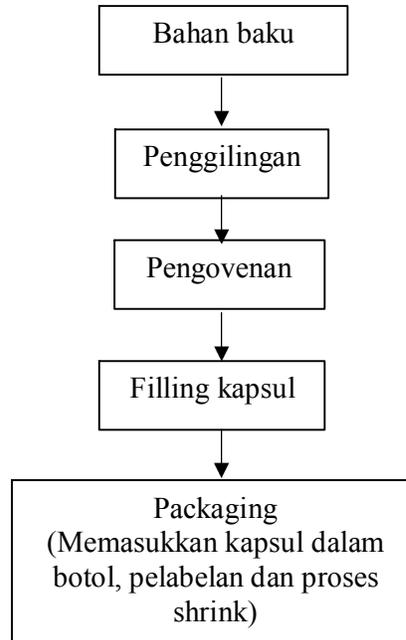
1) Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik (CPOTB)

CPOTB adalah bagian dari pemastian mutu yang memastikan bahwa obat tradisional dibuat dan dikendalikan secara konsisten untuk mencapai standart mutu yang sesuai dengan tujuan penggunaan dan dipersyaratkan dalam ijin edar dan spesifikasi produk (Peraturan Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan RI, 2011). Berdasarkan Peraturan Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan tahun 2011 juga menyebutkan bahwa CPOTB mencakup produksi dan pengawasan mutu. Produksi disini mencakup semua proses pembuatan obat tradisional dijabarkan dengan jelas, dikaji secara sistematis berdasarkan pengalaman dan terbukti mampu secara konsisten menghasilkan obat tradisional yang memenuhi persyaratan mutu dan spesifikasi yang telah ditetapkan. Berikut ini adalah proses pembuatan obat herbal olahan jamur dewa yaitu Agaric Pure, Agadro Nodibet, dan Agaric Tea yang sesuai dengan tahap proses CPOTB:

a) Proses pembuatan Agaric Pure

Bahan baku utama Agaric pure berupa jamur dewa yang berasal dari *Farm* milik CV. ASIMAS sendiri. Sebelum diolah jamur dewa dikeringkan terlebih dahulu. Kemudian dilakukan pengecekan bahan baku yang meliputi cek bobot dan *organoleptis*-nya. *Organoleptis* meliputi bau khas bahan baku, rasa, warna dan bentuk. Setelah itu bahan baku ditimbang. Kemudian jamur dewa digiling hingga halus. Setelah itu di oven hingga kadar air kurang dari 2 persen. Setelah itu dilakukan proses filling kapsul yang dilakukan oleh pegawai borongan dengan pengawasan oleh personil *Quality Control* dari CV. ASIMAS. Setelah proses filling kapsul selesai kemudian dilakukan pengecekan keseragaman bobot dan keseragaman ukuran. Dan yang terakhir adalah proses packaging, memasukkan kapsul ke botol, kemudian pemberian label pada botol

setelah itu botol dimasukkan kedalam kemasan dan kemudian dilakukan proses shrink agar kemasan tidak mudah rusak. Untuk alur proses pembuatan Agaric Pure lebih jelasnya dapat dilihat pada Skema 6.

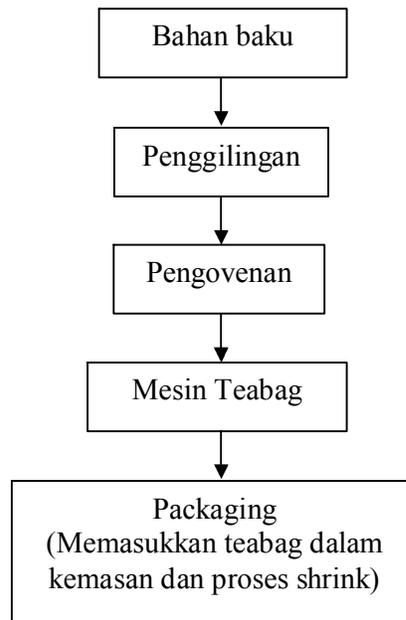


Skema 6. Skematis Pembuatan Agaric Pure

b) Proses Pembuatan Agaric Tea

Bahan baku utama Agaric tea berupa jamur dewa dan *black tea* (teh hitam). Kedua bahan baku ini kemudian dikeringkan terlebih dahulu. Dan proses selanjutnya sama seperti pada pembuatan agaric pure yaitu pengecekan bahan baku yang meliputi cek bobot dan *organoleptis*-nya. *Organoleptis* meliputi bau khas bahan baku, rasa, warna dan bentuk. Setelah itu bahan baku ditimbang. Kemudian jamur dewa digiling hingga halus. Setelah itu di oven hingga kadar air kurang dari 2 persen. Setelah itu baru bahan baku dimasukkan ke mesin teabag untuk dilakukan proses pembuatan teabag. Selama proses teabag berlangsung, hasil jadi teabag selalu dikontrol. Indikatornya adalah bobot teabag harus sesuai dengan standart yaitu 2 mg, tali teabag apakah sudah terpasang dengan baik atau belum, kertas teabag apakah ada yang cacat atau tidak, dan pengecekan apakah Tag sudah menempel dengan baik atau belum. Pengambilan sampel dalam pengecekan ini dilakukan acak setiap 30 menit sekali. Teabag yang rusak akan dibongkar kembali kemudian bahan baku didalamnya di proses lagi. Setelah semua proses selesai teabag di cek

organoleptis dan kadar airnya. Setelah pengecekan selesai dilanjutkan dengan proses packaging. Proses packaging ini kontrol kualitas dilakukan dengan mengawasi secara langsung dan melihat hasil shrink. Untuk alur lebih jelasnya dapat dilihat pada Skema 7.

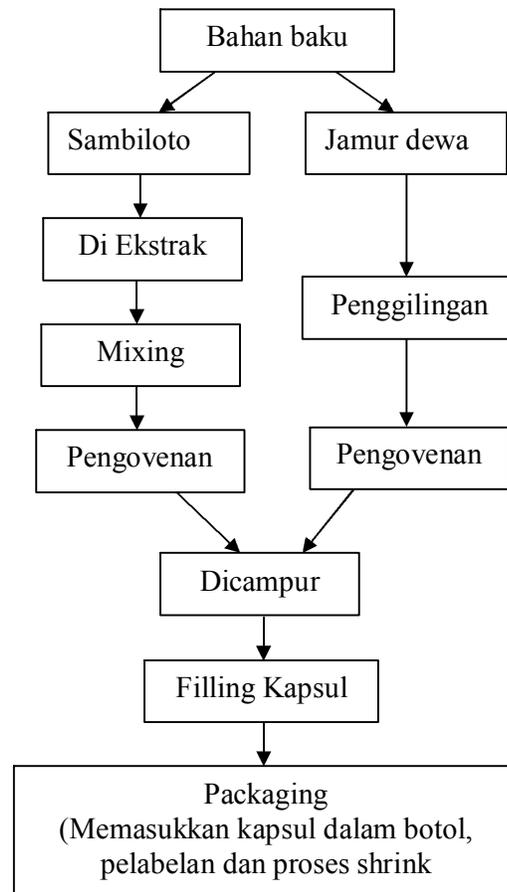


Skema 7. Skematis Pembuatan Agaric Tea

c) Proses Pembuatan Agadro Nodibet

Bahan baku utama Agadro nodibet berupa jamur dewa dan sambiloto. Daun sambiloto di ekstrak untuk mengambil bagian yang dibutuhkan saja. Setelah diekstrak kemudian dilakukan proses mixing untuk mengikat bagian yang penting dari ekstrak daun sambiloto. Setelah itu hasil mixing kemudian di oven untuk menurunkan kadar air sampai dengan 2 persen dan setelah itu digiling. Selanjutnya hasil pengeringan ekstrak daun sambiloto dicampur dengan jamur dewa kering yang sudah digiling dan di oven seperti dalam pembuatan agaric pure. Setelah itu dilakukan proses yang sama seperti pembuatan agaric pure yaitu filling kapsul yang dilakukan oleh pegawai borongan dengan pengawasan oleh personil *Quality Control* dari CV. ASIMAS. Setelah proses filling kapsul selesai kemudian dilakukan pengecekan keseragaman bobot dan keseragaman ukuran. Dan yang terakhir adalah proses packaging, memasukkan kapsul ke botol, kemudian pemberian label pada botol setelah itu botol dimasukkan

kedalam kemasan dan kemudian dilakukan proses shrink agar kemasan tidak mudah rusak. Untuk alur lebih jelasnya dapat dilihat pada Skema 8.



Skema 8. Skematis Pembuatan Agadro Nodibet

2) Ijin Produk

Produk yang diproduksi dan beredar di Indonesia wajib terdaftar pada lembaga pemerintah yang berwenang yaitu Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) dan mendapatkan nomor pendaftaran. Nomor pendaftaran untuk produk pangan adalah MD atau SP untuk industri kecil. Sedangkan produk impor mendapatkan nomor registrasi dengan kode ML. Kode CD diberikan untuk produk kosmetika lokal dan CL untuk produk luar. Adapun kode TR diperuntukkan bagi produk obat tradisional (jamu) dalam negeri dan TL untuk produk impor. Tujuan dari diberlakukannya pendaftaran produk adalah untuk menjaga kualitas produk yang beredar di pasar agar terhindar dari produk yang mengandung bahan berbahaya. Untuk itulah CV. ASIMAS telah mendaftarkan produk obat herbal olahan jamur dewanya sehingga dapat menjadi jaminan dari

kualitas produk tersebut. Untuk ijin produk dari agaric pure, agaric tea, dan agadro nodibet dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Ijin Produk Herbal Olahan Jamur Dewa

No	Produk	Nomor Ijin Produk
1.	Agaric pure	POM TR. 043 334 191
2.	Agaric tea	POM TR. 043 234 181
3.	Agadro nodibet	POM TR. 063 360 141

Sumber : Diolah dari data primer, 2012.

3) Label Halal

Salah satu indikator dari produk yang aman konsumsi adalah adanya label halal yang dikeluarkan oleh pemerintah dan MUI. Label halal ini juga memudahkan bagi para konsumen untuk memilih produk berkualitas yang aman konsumsi. Dengan adanya label halal ini juga dapat menjadikan pembeda antara produk yang benar-benar aman konsumsi dengan produk yang belum terjamin keamanan konsumsinya. Untuk itulah label halal yang terdapat pada kemasan produk obat herbal olahan jamur dewa dapat menjadi jaminan bahwa produk tersebut berkualitas dan aman konsumsi.

d. Adanya penelitian terhadap bahan baku

Demi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen CV. ASIMAS menyediakan bantuan terhadap mahasiswa yang ingin melakukan penelitian mengenai bahan baku jamur dewa yang di budidayakan oleh CV. ASIMAS dan juga sebagai bahan baku utama dari produk obat herbal CV. ASIMAS. Seperti yang dilakukan oleh mahasiswa pasca sarjana kedokteran Universitas Negeri Malang yang meneliti tentang efek D-Glucan dalam menghambat sel kanker servik. Dan dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa kandungan beta D-Glucan dari jamur dewa dapat menghambat pertumbuhan dari kanker servik. Selain itu Dr. Tetuo Ikegawa dari Pusat Kanker Nasional, melakukan penelitian pengaruh farmasi dari *Agaricus blazei murrii*. Hasil penelitian kemudian dipublikasikan pada Konvensi Umum Asosiasi Farmasi Jepang dan Asosiasi Kanker Jepang. Eksperimen dilakukan pada tikus mencit yang beragam dan menunjukkan bahwa polisakarid beta (β) D-Glucan pada ABM sangat berpengaruh untuk meningkatkan system kekebalan tubuh. Dengan adanya penelitian tersebut diharapkan dapat menjadi modal untuk menambah kepercayaan konsumen

mengenai kualitas obat herbal dari CV. ASIMAS sehingga dapat memberi kepuasan kepada konsumen.

e. Produk yang alami, sehat dan tanpa bahan pengawet

Berdasarkan slogan dari CV. ASIMAS yang mengajak seluruh masyarakat untuk bergaya hidup alami dan sehat. Maka CV. ASIMAS menyediakan produk-produk yang alami, sehat dan tanpa bahan kimia sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 5. Dengan terealisasinya antara slogan dan kenyataan dari produk yang dimiliki oleh CV. ASIMAS diharapkan dapat memberi kepuasan bagi konsumen yang mengkonsumsi produk herbal olahan jamur dewa.

Tabel 5. Komposisi Produk Herbal Olahan Jamur Dewa

No	Produk	Komposisi
1.	Agaric pure	100% jamur dewa (<i>Agaricus Blazei Murrill</i>)
2.	Agaric tea	Black tea (teh hitam) dan Jamur dewa (<i>Agaricus Blazei Murrill</i>)
3.	Agadro nodibet	Sambiloto dan Jamur dewa (<i>Agaricus Blazei Murrill</i>)

Sumber : Diolah dari data primer, 2012.

5. Empati

Empati adalah kinerja CV. ASIMAS dalam memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Berikut ini adalah perhatian dari CV. ASIMAS dalam memberikan pelayanan yang bersifat pribadi bagi konsumen.

a. Adanya layanan *customer maintenance*

Dalam bahasa inggris *maintenance* berarti pemeliharaan. Kegiatan *maintenance* sendiri banyak digunakan pada kegiatan produksi yang mana dilakukan untuk menjaga kualitas mesin-mesin agar tetap berjalan dengan baik. Dan dalam kegiatan pemasaran *maintenance* lebih sebagai pemeliharaan konsumen dari perusahaan yang biasa disebut *customer maintenance*. Kegiatan *customer maintenance* ini sudah diterapkan oleh beberapa perusahaan salah satunya adalah CV. ASIMAS. CV. ASIMAS telah menjadwalkan kegiatan ini setiap bulannya untuk mempererat hubungan perusahaan dengan para pelanggannya. Namun pada kenyataannya kegiatan ini tidak selalu dilaksanakan setiap satu bulan sekali. Hal ini dikarenakan keterbatasan staff

marketing yang dimiliki oleh CV. ASIMAS, sehingga kegiatan ini menjadi tidak terlaksana dengan baik.

b. Adanya *follow up* konsumen

Follow up berasal dari bahasa Inggris yang berarti menindak lanjuti. *Follow up* merupakan salah satu rencana program kerja marketing dari CV. ASIMAS setiap bulannya. Tujuan dari kegiatan *follow up* adalah:

- 1) Memantau kondisi konsumen setelah memakai produk
- 2) Membina hubungan perusahaan dengan konsumen
- 3) Menawarkan produk yang lain
- 4) Menggali referensi dari konsumen tersebut

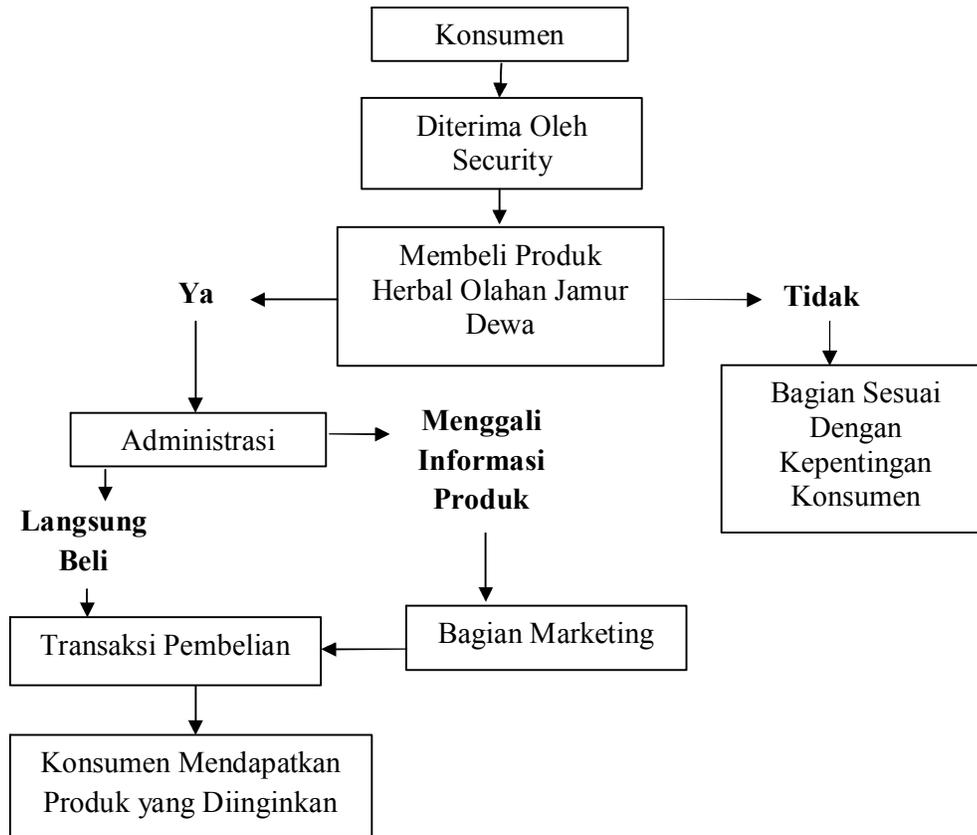
Didalam program kerja marketing di CV. ASIMAS, kegiatan *follow up* konsumen dijadwalkan setiap satu bulan sekali. Namun didalam pelaksanaannya kegiatan ini tidak dijalankan setiap satu bulan sekali. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan SDM yang mumpuni didalam melakukan *follow up* konsumen, sehingga kegiatan ini jarang terealisasi sesuai dengan program kerja perusahaan.

5.2.2. Alur Pelayanan Pembelian Produk Herbal Olahan Jamur Dewa CV. ASIMAS

Setiap perusahaan baik jasa maupun manufaktur pasti mempunyai pelayanan yang berbeda-beda tergantung jenis produk/ jasa yang ditawarkan dan juga kebijakan yang dibuat. Begitu pula dengan CV. ASIMAS yang mempunyai kebijakan pelayanan yang berbeda dari perusahaan lainnya. Alur Pelayanan di CV. ASIMAS dimulai dari kedatangan konsumen yang akan diterima oleh *security*. Setelah itu *security* akan menanyakan maksud kedatangan dari konsumen. Jika berhubungan dengan pembelian produk herbal olahan jamur dewa maka akan langsung diarahkan ke bagian administrasi perusahaan. Namun jika tidak maka akan diarahkan ke bagian yang sesuai dengan kepentingan konsumen.

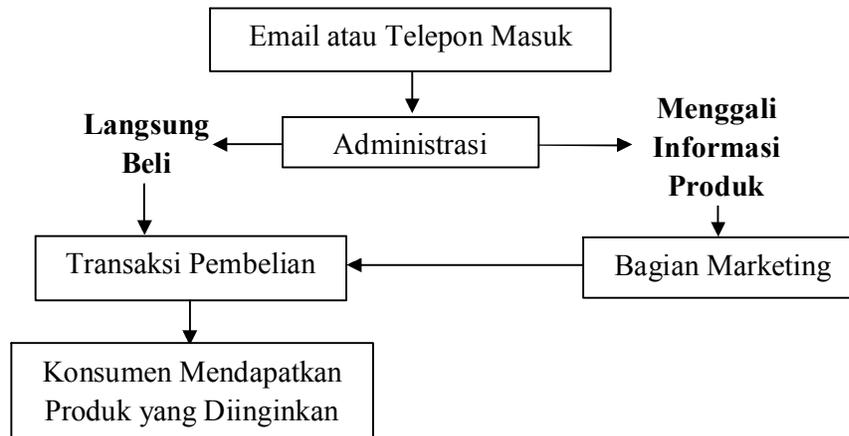
Kemudian dibagian administrasi ini konsumen bisa langsung melakukan transaksi pembelian produk herbal sesuai dengan keinginan konsumen. Namun jika konsumen ingin menanyakan lebih lanjut mengenai produk herbal olahan jamur dewa, maka bagian administrasi akan mengarahkan konsumen ke staff marketing agar mendapatkan penjelasan lebih detail mengenai seluk beluk produk

herbal tersebut. Setelah konsumen merasa cukup informasi dan puas mengenai penjelasan dari karyawan marketing maka konsumen dapat melakukan transaksi pembelian di bagian administrasi. Untuk lebih jelasnya alur pelayanan CV. ASIMAS dapat dilihat pada Skema 9.



Skema 9. Skematis Pelayanan Pembelian di CV. ASIMAS

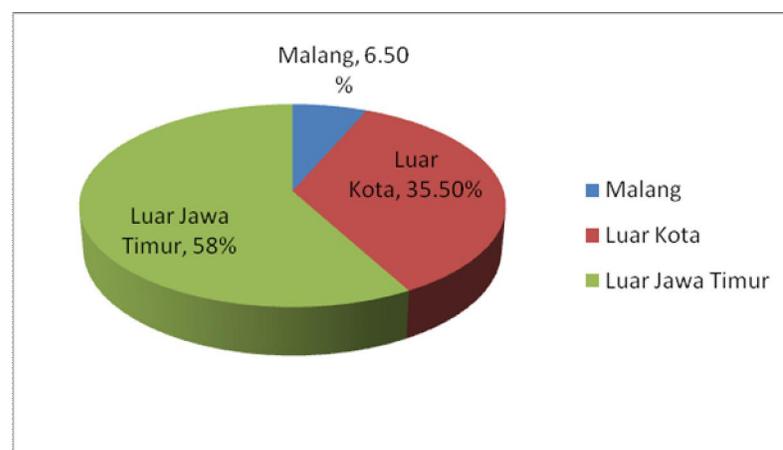
Seperti yang dijelaskan sebelumnya pada identifikasi pelayanan CV. ASIMAS bahwa selain melayani pembelian secara langsung perusahaan juga melayani pembelian melalui email dan juga telepon. Untuk pelayanan pembelian via email dan juga telepon hampir sama dengan pelayanan pembelian langsung pada Skema 9. Tetapi yang membedakan adalah pada pelayanan pembelian via email dan telepon tidak ada peran dari *security*. Jadi email dan telepon masuk langsung diterima dan ditanggapi oleh bagian administrasi. Dan jika terdapat pertanyaan dari konsumen akan ditanggapi oleh staff marketing. Selanjutnya jika konsumen positif untuk membeli maka barang akan dikirim sesuai dengan alamat tujuan yang diberikan oleh konsumen. Untuk lebih jelasnya alur pembelian via email dan juga telepon dapat dilihat pada Skema 10.



Skema 10. Skematis Pelayanan Pembelian Melalui Email dan Telepon

5.3. Sebaran dan Karakteristik Responden

Berdasarkan sebaran responden menurut wilayahnya dapat dibedakan menjadi tiga bagian yaitu di Kota Malang, luar Kota Malang, dan luar Jawa Timur. Persentase konsumen yang berada di wilayah Kota Malang berjumlah 6,5 persen. Kemudian persentase konsumen yang berada diluar Kota Malang berjumlah 35,5 persen dan yang berada diluar Jawa Timur berjumlah 58 persen. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dilihat bahwa konsumen CV. ASIMAS mayoritas berada di luar wilayah Malang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 11.



Gambar 11. Sebaran Konsumen CV. ASIMAS

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen produk herbal olahan jamur dewa dari CV. ASIMAS. Berdasarkan karakteristik responden tersebut

dapat dibedakan menjadi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan lamanya menjadi konsumen dari CV. ASIMAS yang dijelaskan sebagai berikut:

5.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin digunakan untuk mengetahui apakah pembeli produk herbal olahan jamur dewa CV. ASIMAS didominasi laki-laki, perempuan, atau keduanya. Karena perbedaan jenis kelamin juga mempengaruhi kondisi kesehatan dari seseorang. Misalnya laki-laki akan lebih besar beresiko sakit dibanding dengan perempuan, karena laki-laki lebih aktif melakukan kegiatan dibandingkan dengan perempuan. Selain itu juga laki-laki lebih acuh tak acuh terhadap makanan yang dimakan dibandingkan dengan perempuan, sehingga akan memicu berbagai macam penyakit. Sebagaimana dapat diketahui bahwa makanan adalah salah satu media penyebaran penyakit. Karena didalam makanan terkandung zat-zat berbahaya yang dapat mengganggu kesehatan jika dikonsumsi berlebihan.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	26	65
Perempuan	14	35
Total	40	100

Sumber : Diolah dari data primer, 2012

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah laki-laki dengan persentase 65 persen sedangkan persentase responden wanita sebesar 35 persen. Hal ini sesuai dengan penjelasan bahwa laki-laki lebih rentan terkena penyakit dibandingkan dengan perempuan. Selain itu dapat dikatakan bahwa laki-laki lebih peduli akan kesehatannya dibandingkan dengan perempuan. Walaupun dalam hal ini konsumen laki-laki yang datang untuk membeli obat tidak dalam keadaan sakit. Karena terdapat konsumen yang membeli obat hanya untuk menjaga kesehatan agar tetap bugar.

5.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan hal yang sangat penting dalam perilaku konsumen karena konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi produk atau jasa yang berbeda. Siklus konsumsi seorang konsumen dapat ditentukan oleh usianya karena perbedaan tingkat usia menimbulkan perbedaan pertimbangan dalam mengkonsumsi suatu produk. Dalam hal ini, responden yang berusia muda akan

lebih mudah menerima informasi produk mana yang berkualitas karena ingatannya masih bagus. Sedangkan responden yang berusia tua akan sulit menerima informasi yang baru sehingga ada kemungkinan responden tersebut menggunakan produk yang sudah lama digunakannya. Namun tidak menutup kemungkinan responden yang berusia tua lebih berpengalaman dalam membedakan produk yang berkualitas. Selain itu juga dengan usia yang berbeda dapat menimbulkan kepuasan yang berbeda dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tempat produk yang dibeli oleh konsumen. Kepuasan dari responden yang berusia muda lebih terfokus dari pelayanan prima yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen. Sedangkan responden yang berusia tua lebih terfokus dari bagaimana manfaat/ khasiat dari produk yang mereka konsumsi. Karakteristik responden berdasarkan tingkat usia dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
21 – 30 tahun	2	5
31 – 40 tahun	7	17,5
41 – 50 tahun	30	75
≥ 51 tahun	1	2,5
Total	40	100

Sumber : Diolah dari data primer, 2012

Dari tabel uraian distribusi karakteristik responden berdasarkan tingkat usia menunjukkan bahwa persentase responden terbesar berada pada rentangan usia antara 41-50 tahun yaitu 75 persen. Kemudian rentangan usia antar 31-40 tahun sebesar 17,5 persen selanjutnya rentangan usia antara 21-30 tahun sebesar 5 persen. Sedangkan persentase terkecil pada rentang usia ≥ 51 tahun yaitu sebesar 2,5 persen.

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa kebanyakan konsumen yang mengkonsumsi obat herbal olahan jamur dewa adalah konsumen yang berusia 41 tahun keatas. Dimana pada usia tersebut kesehatan seseorang mulai menurun sehingga memerlukan multivitamin atau obat yang dapat meningkatkan kebugaran tubuh. Selain itu pada usia tersebut seseorang rawan terkena berbagai macam penyakit, karena ketahanan tubuhnya mulai berkurang.

5.3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang akan mempengaruhi cara berpikir, cara pandang, dan persepsinya terhadap suatu masalah sehingga menimbulkan

berbagai pertimbangan yang berbeda pada tiap diri individu. Tingkat pendidikan juga berperan penting dalam membentuk pilihan produk. Oleh karena itu, perbedaan tingkat pendidikan akan membentuk pola konsumsi dan perilaku pembelian yang berbeda pula. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin mudah untuk menerima informasi, mengolahnya, dan menanggapi.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
SD s/d SMP	-	-
SMA	13	32,5
Sarjana	25	62,5
Magister	2	5
Total	40	100

Sumber : Diolah dari data primer, 2012

Data pada Tabel 8 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan tertinggi adalah sarjana dengan persentase sebesar 62,5 persen. Kemudian tertinggi kedua adalah SMA dengan persentase sebesar 32,5 persen dan yang paling kecil adalah magister dengan persentase sebesar 5 persen. Sehingga dapat dikatakan bahwa konsumen memiliki daya serap terhadap informasi yang baik karena berpendidikan cukup tinggi yaitu lulus SMU hingga Magister.

5.3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Konsumen Produk Herbal Olahan Jamur Dewa

Konsumen akan menggunakan suatu produk secara terus-menerus apabila kualitas dari produk yang digunakan dan pelayanan yang diberikan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen tersebut. Sehingga lamanya konsumen menjadi pelanggan dapat menjadi indikator kepuasan konsumen terhadap kualitas dari produk dan pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan.

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Konsumen Produk Olahan Jamur Dewa

Lama Menjadi Konsumen	Jumlah (orang)	Persentase (%)
0 – 1 tahun	12	30
1 – 2 tahun	16	40
2 – 3 tahun	9	22.5
> 3 tahun	3	7.5
Total	40	100

Sumber : Diolah dari data primer, 2012

Berdasarkan Tabel 9 didapat persentase terbesar pada rentang waktu lamanya menjadi konsumen produk herbal olahan jamur dewa adalah antara 1-2 tahun yaitu sebesar 40 persen. Kemudian persentase terbesar kedua pada

rentang waktu antara 0-1 tahun yaitu sebesar 30 persen. Selanjutnya rentang waktu antara 2-3 tahun menunjukkan persentase sebesar 22,5 persen dan persentase terkecil yaitu rentang waktu antara >3 tahun sebesar 7,5 persen. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen CV. ASIMAS masih tergolong baru dalam mengkonsumsi obat herbal olahan jamur dawa.

5.4. Hasil Analisis Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Konsumen

5.4.1. Hasil Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti. Jadi, data yang baik hanya dapat diperoleh bila instrumennya juga baik. Instrumen dikatakan baik kalau valid dan reliable (Simamora, 2008). Jika koefisien korelasi yang diperoleh \geq koefisien tabel nilai kritis r yaitu pada taraf signifikan 5 persen, maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid (Singarimbun, 1995).

Berdasarkan hasil perhitungan validitas, didapatkan bahwa semua atribut dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dibandingkan r tabel sebesar 0,312 ($n = 40$ dan $\alpha = 0,05$). Sehingga keduapuluh atribut tersebut valid untuk digunakan dalam pengambilan data sebagai bahan penelitian mengenai kualitas layanan di CV. ASIMAS. Kedua puluh atribut tersebut adalah kenyamanan dan keleluasaan ruang tunggu, kebersihan ruangan dan lingkungan perusahaan, kelayakan alat-alat kantor, kerapian karyawan, pelayanan pembelian melalui email dan telepon, ketepatan karyawan dalam menyampaikan informasi produk, kemudahan dalam transaksi pembayaran, ketepatan waktu dalam pengiriman barang, kesungguhan dalam melayani konsumen, pelayanan yang segera dan cepat bagi konsumen, kecepatan tanggapan melalui email dan telepon, kecepatan tanggapan terhadap komplain, kesediaan karyawan dalam memperhatikan konsumen, keterampilan dan pengetahuan karyawan, keramahan karyawan, adanya sertifikasi CPOTB, ijin produk dan label halal, penelitian terhadap bahan baku, produk alami, sehat dan tanpa bahan pengawet, adanya *follow up* konsumen, adanya layanan *customer maintenance*. Untuk lebih jelasnya hasil dari uji validitas dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

No.	Nama Atribut	r hitung Tingkat Kepentingan	r hitung Tingkat Kinerja	Uji Validitas
1	Kenyamanan dan keleluasaan ruang tunggu	0,784	0,425	Valid
2	Kebersihan ruangan dan lingkungan perusahaan	0,672	0,449	Valid
3	Kelayakan alat-alat kantor	0,685	0,508	Valid
4	Kerapian karyawan	0,688	0,506	Valid
5	Tersedianya pelayanan pembelian melalui email dan telepon	0,532	0,476	Valid
6	Ketepatan karyawan dalam menyampaikan informasi produk	0,552	0,642	Valid
7	Kemudahan dalam transaksi pembayaran	0,612	0,487	Valid
8	Ketepatan waktu dalam pengiriman barang	0,681	0,317	Valid
9	Kesungguhan dalam melayani konsumen	0,485	0,515	Valid
10	Pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen	0,594	0,440	Valid
11	Kecepatan tanggapan pembelian melalui email dan telepon	0,585	0,603	Valid
12	Kecepatan tanggapan terhadap komplain	0,487	0,390	Valid
13	Kesediaan karyawan memperhatikan konsumen	0,458	0,709	Valid
14	Keterampilan dan pengetahuan karyawan	0,546	0,599	Valid
15	Keramahan karyawan	0,512	0,660	Valid
16	Adanya sertifikasi CPOTB, ijin produk dan label halal	0,509	0,640	Valid
17	Adanya penelitian terhadap bahan baku	0,468	0,574	Valid
18	Produk yang alami, sehat dan tanpa bahan pengawet	0,437	0,712	Valid
19	Kegiatan <i>follow up</i> konsumen	0,444	0,409	Valid
20	Kegiatan <i>customer maintenance</i>	0,336	0,511	Valid

Sumber: Diolah dari data primer, 2012

5.4.2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat keandalan kuisisioner. Uji reliabilitas ini digunakan untuk menguji apakah data yang didapatkan dari hasil penelitian *reliabel* (dapat dipercaya) (Simamora, 2008). Jika nilai r-hitung > r-tabel, maka data dapat dikatakan bahwa data memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi untuk digunakan dalam penelitian. Dari perhitungan uji reliabilitas didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* untuk tingkat kepentingan sebesar 0,879 dan untuk tingkat kinerja 0,863, r tabel pada $\alpha = 0,05$ dengan jumlah data (n) = 20 didapat sebesar 0,444. Karena nilainya lebih dari 0,444, maka dapat disimpulkan bahwa atribut didalam penelitian ini reliabel. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan dan Kinerja

No	Nama Atribut	Nilai Cronbach Alpha		Keterangan
		Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja	
1	Kenyamanan dan keleluasaan ruang tunggu	0,864	0,861	Reliabel
2	Kebersihan ruangan dan lingkungan perusahaan	0,869	0,861	Reliabel
3	Kelayakan alat-alat kantor	0,869	0,858	Reliabel
4	Kerapian karyawan	0,868	0,858	Reliabel
5	Tersedianya pelayanan pembelian melalui email dan telepon	0,875	0,860	Reliabel
6	Ketepatan karyawan dalam penyampaian informasi produk	0,873	0,852	Reliabel
7	Kemudahan dalam transaksi pembayaran	0,871	0,859	Reliabel
8	Ketepatan waktu dalam pengiriman barang	0,869	0,865	Reliabel
9	Kesungguhan dalam melayani konsumen	0,875	0,857	Reliabel
10	Pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen	0,872	0,860	Reliabel
11	Kecepatan tanggapan pembelian melalui email dan telepon	0,873	0,854	Reliabel
12	Kecepatan tanggapan terhadap komplain	0,875	0,861	Reliabel
13	Kesediaan karyawan memperhatikan konsumen	0,877	0,850	Reliabel
14	Keterampilan dan pengetahuan karyawan	0,874	0,854	Reliabel
15	Keramahan karyawan	0,875	0,851	Reliabel
16	Adanya sertifikasi CPOTB, ijin produk dan label halal	0,877	0,852	Reliabel
17	Adanya penelitian terhadap bahan baku	0,876	0,855	Reliabel
18	Produk yang alami, sehat dan tanpa bahan pengawet	0,877	0,849	Reliabel
19	Kegiatan <i>follow up</i> konsumen	0,878	0,862	Reliabel
20	Kegiatan <i>customer maintenance</i>	0,880	0,858	Reliabel

Sumber: Diolah dari data primer, 2012

5.4.3. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* digunakan untuk mengukur sejauh mana kinerja dari pelayanan yang diberikan CV. ASIMAS dalam mempengaruhi harapan konsumen, sehingga konsumen merasa puas. Berikut ini merupakan tahapan dari metode *Importance Performance Analysis*.

1. Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja

Tingkat kepentingan merupakan harapan dari konsumen terhadap pelayanan yang disediakan oleh CV. ASIMAS. Sedangkan tingkat kinerja merupakan kenyataan yang diterima oleh konsumen setelah merasakan pelayanan dari perusahaan.

Tabel 12. Tingkat Kepentingan dan Kinerja Pelayanan CV. ASIMAS.

No	Variabel	Atribut	Tingkat Kepentingan (Y)					Total Bobot	Tingkat Kinerja (X)					Total Bobot
			1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1	Bukti Fisik	Kenyamanan dan keleluasaan ruang tunggu	0	0	11	24	5	154	0	0	19	21	0	141
2		Kebersihan ruangan dan lingkungan perusahaan	0	0	1	29	10	169	0	0	10	27	3	153
3		Kelayakan alat-alat kantor	0	0	2	15	23	181	0	0	5	26	9	164
4		Kerapian karyawan	0	1	3	14	22	177	0	0	1	25	14	173
5		Tersedianya pelayanan pembelian melalui email dan telepon	0	0	13	24	3	150	0	0	10	26	4	154
6	Kehandalan	Ketepatan karyawan dalam penyampaian informasi produk	0	0	2	14	22	180	0	0	3	23	14	171
7		Kemudahan dalam transaksi pembayaran	0	0	2	19	19	177	0	0	0	31	9	169
8		Ketepatan waktu dalam pengiriman barang	0	0	0	24	16	176	0	0	0	25	15	175
9		Kesungguhan dalam melayani konsumen	0	0	2	14	24	182	0	0	2	25	13	171
10	Daya Tanggap	Pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen	0	0	0	8	32	192	0	4	33	3	0	119
11		Kecepatan tanggapan pembelian melalui email dan telepon	0	0	3	24	13	170	0	0	22	18	0	138
12		Kecepatan tanggapan terhadap komplain	0	0	0	9	31	191	0	1	35	4	0	123
13		Kesediaan karyawan memperhatikan konsumen	0	0	1	12	27	186	0	0	29	11	0	131
14	Jaminan	Keterampilan dan pengetahuan karyawan	0	0	0	15	25	185	0	0	20	20	0	140
15		Keramahan karyawan	0	0	1	17	22	181	0	0	4	30	6	162
16		Adanya sertifikasi CPOTB, ijin produk dan label halal	0	0	4	13	23	179	0	0	1	28	11	170
17		Adanya penelitian terhadap bahan baku	0	0	27	13	0	133	0	0	1	18	21	180
18		Produk yang alami, sehat dan tanpa bahan pengawet	0	0	0	14	26	186	0	0	0	26	14	174
19	Empati	Kegiatan <i>follow up</i> konsumen	0	0	2	19	19	177	0	0	22	18	0	138
20		Kegiatan <i>customer maintenance</i>	0	0	0	24	16	176	0	1	28	11	0	130

Sumber: Diolah dari data primer, 2012

Berdasarkan total bobot tingkat kepentingan dan kinerja pada Tabel 12 dapat dilihat bahwa mayoritas atribut pelayanan CV. ASIMAS memiliki bobot tingkat kepentingan yang lebih tinggi dari tingkat kinerja. Atribut-atribut pelayanan tersebut adalah kenyamanan dan keleluasaan ruang tunggu, kebersihan ruangan dan lingkungan perusahaan, kelayakan alat-alat kantor, kerapian

karyawan, ketepatan karyawan dalam penyampaian informasi produk, kemudahan transaksi pembayaran, ketepatan pengiriman barang, kesungguhan karyawan dalam melayani konsumen, pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen, kecepatan tanggapan pembelian melalui email dan telepon, kecepatan tanggapan terhadap komplain, kesediaan karyawan memperhatikan konsumen, keterampilan dan pengetahuan karyawan, keramahan karyawan, sertifikasi CPOTB, ijin produk dan label halal, adanya penelitian bahan baku, produk yang alami, sehat dan tanpa pengawet, adanya *follow up* konsumen, dan adanya *customer maintenance*. Selain itu juga terdapat atribut yang memiliki total bobot tingkat kinerja lebih besar dari tingkat kepentingan. Atribut tersebut adalah tersedianya pelayanan pembelian melalui email dan telepon, dan adanya penelitian terhadap bahan baku.

2. Analisis Tingkat Kesesuaian

Perhitungan antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan dihasilkan nilai perbandingan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan yang disebut juga dengan tingkat kesesuaian. Tingkat kesesuaian adalah hasil berbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Nilai dari analisis tingkat kesesuaian dari masing-masing atribut ini dapat diperingkat dari peringkat yang tertinggi (satu) sampai peringkat yang terendah (duapuluh). Semakin tinggi prioritas menunjukkan pelayanan yang dilakukan oleh CV. ASIMAS sesuai dengan harapan dan kepentingan konsumen, sedangkan semakin rendah prioritas menunjukkan bahwa baik tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari pelayanan yang dilakukan oleh CV. ASIMAS belum sesuai dengan harapan dan kepentingan konsumen.

Berdasarkan perhitungan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan kinerja didapat bahwa tingkat kesesuaian dari atribut pelayanan yang memiliki prioritas tertinggi adalah adanya penelitian terhadap bahan baku produk yaitu sebesar 135,34 persen. Sedangkan tingkat kesesuaian dari atribut pelayanan yang memiliki prioritas terendah adalah atribut pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen yaitu sebesar 61,98 persen. Untuk lebih jelasnya perhitungan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan kinerja dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Tingkat Kesesuaian Antara Tingkat Kepentingan dan Kinerja

No	Variabel	Atribut	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kinerja	Tingkat Kesesuaian	Prioritas
1	Bukti Fisik	Kenyamanan dan keleluasaan ruang tunggu	154	141	91.56	10
2		Kebersihan ruangan dan lingkungan perusahaan	169	153	90.53	12
3		Kelayakan alat-alat kantor	181	164	90.61	11
4		Kerapian karyawan	177	173	97.74	4
5		Tersedianya pelayanan pembelian melalui email dan telepon	150	154	102.67	2
6	Kehandalan	Ketepatan karyawan dalam penyampaian informasi produk	180	171	95.00	6
7		Kemudahan dalam transaksi pembayaran	177	169	95.48	5
8		Ketepatan waktu dalam pengiriman barang	176	175	99.43	3
9		Kesungguhan dalam melayani konsumen	182	171	93.96	8
10	Daya Tanggap	Pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen	192	119	61.98	20
11		Kecepatan tanggapan pembelian melalui email dan telepon	170	138	81.18	14
12		Kecepatan tanggapan terhadap komplain	191	123	64.40	19
13		Kesediaan karyawan memperhatikan konsumen	186	131	70.43	18
14	Jaminan	Keterampilan dan pengetahuan karyawan	185	140	75.68	16
15		Keramahan karyawan	181	162	89.50	13
16		Adanya sertifikasi CPOTB, ijin produk dan label halal	179	170	94.97	7
17		Adanya penelitian terhadap bahan baku	133	180	135.34	1
18		Produk yang alami, sehat dan tanpa bahan pengawet	186	174	93.55	9
19	Empati	Kegiatan <i>Follow Up</i> konsumen	177	138	77.97	15
20		Kegiatan <i>Customer Maintenance</i>	176	130	73.86	17

Sumber: Diolah dari data primer, 2012

3. Analisis Diagram Kartesius

Diagram kartesius digunakan untuk menentukan kualitas pelayanan dari CV. ASIMAS. Berdasarkan hasil perhitungan nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja maka skor rata-rata untuk tingkat kepentingan sebesar 4,38. Sedangkan skor rata-rata untuk tingkat kinerja sebesar 3,84. Untuk atribut yang memiliki total bobot dari tingkat kepentingan dan kinerja yang melebihi skor rata-rata berarti memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang tinggi. Untuk lebih jelasnya, nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Nilai Rataan Penilaian Tingkat Kepentingan dan Kinerja

No	Variabel	Atribut	Tingkat	Tingkat
			Kepentingan	Kinerja
1	Bukti Fisik	Kenyamanan dan keleluasaan ruang tunggu	3.85	3.52
2		Kebersihan ruangan dan lingkungan perusahaan	4.22	3.82
3		Kelayakan alat-alat kantor	4.52	4.1
4		Kerapian karyawan	4.42	4.32
5		Tersedianya pelayanan pembelian melalui email dan telepon	3.75	3.85
6	Kehandalan	Ketepatan karyawan dalam penyampaian informasi produk	4.5	4.27
7		Kemudahan dalam transaksi pembayaran	4.42	4.22
8		Ketepatan waktu dalam pengiriman barang	4.4	4.37
9		Kesungguhan dalam melayani konsumen	4.55	4.27
10	Daya Tanggap	Pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen	4.8	2.97
11		Kecepatan tanggapan pembelian melalui email dan telepon	4.25	3.45
12		Kecepatan tanggapan terhadap komplain	4.77	3.07
13		Kesediaan karyawan memperhatikan konsumen	4.65	3.27
14	Jaminan	Keterampilan dan pengetahuan karyawan	4.62	3.5
15		Keramahan karyawan	4.52	4.05
16		Adanya sertifikasi CPOTB, ijin produk dan label halal	4.47	4.25
17		Adanya penelitian terhadap bahan baku	3.32	4.5
18		Produk yang alami, sehat dan tanpa bahan pengawet	4.65	4.35
19	Empati	Kegiatan <i>follow up</i> konsumen	4.42	3.45
20		Kegiatan <i>customer maintenance</i>	4.4	3.25
SKOR RATAAN			4.38	3.84

Sumber: Diolah dari data primer, 2012

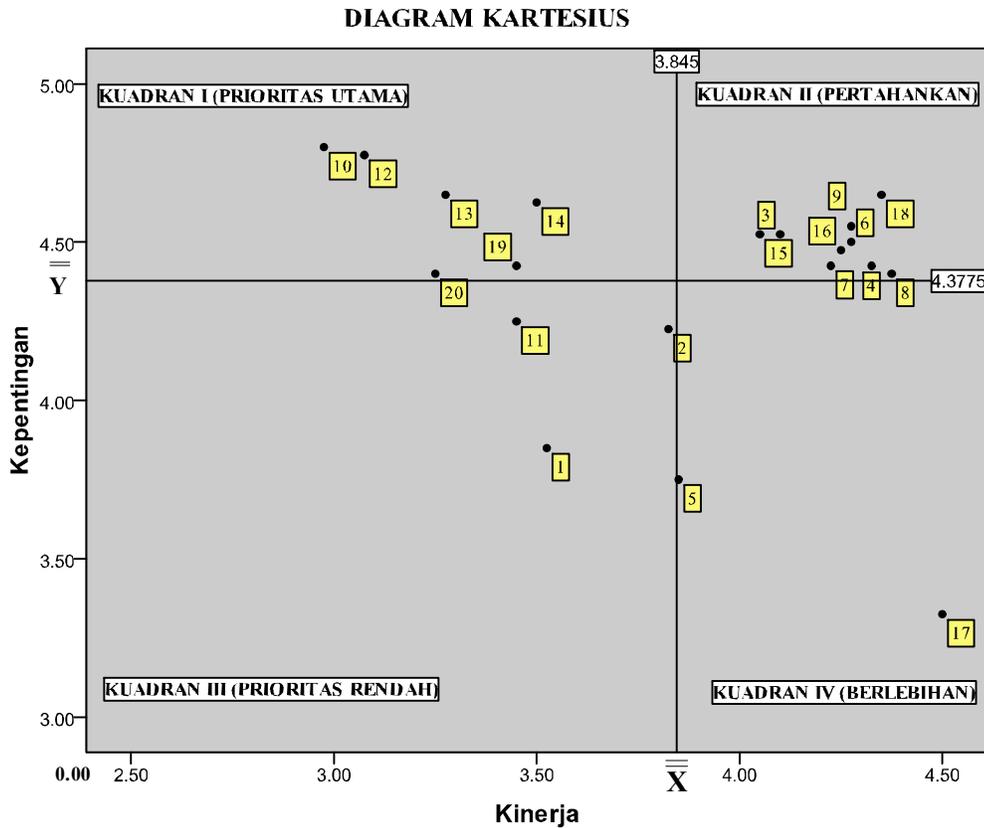
Dari kedua puluh total bobot atribut tingkat kepentingan terdapat lima belas atribut yang melebihi skor rataan. Kelimabelas atribut tersebut adalah kelayakan alat-alat kantor (4,52), kerapian karyawan (4,42), ketepatan karyawan dalam penyampaian informasi produk (4,5), kemudahan dalam transaksi pembayaran (4,42), ketepatan waktu dalam pengiriman barang (4,4), kesungguhan dalam melayani konsumen (4,55), pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen (4,8), kecepatan tanggapan terhadap komplain (4,77), kesediaan karyawan memperhatikan konsumen (4,65), keterampilan dan pengetahuan karyawan (4,62), keramahan karyawan (4,52), adanya sertifikasi CPOTB, ijin produk dan label halal (4,47), produk yang alami, sehat dan tanpa bahan pengawet (4,65), kegiatan *follow up* konsumen (4,42), dan kegiatan *customer maintenance*

(4,4). Sehingga kelimabelas atribut ini perlu diperhatikan oleh CV. ASIMAS karena memiliki total bobot diatas total rataaan Sehingga dianggap penting menurut konsumen. Sedangkan sisanya mempunyai total bobot dibawah skor rataaan yang dinilai konsumen tidak terlalu penting didalam pelayanan dari CV. ASIMAS. Kelima atribut tersebut adalah kenyamanan dan keleluasaan ruang tunggu (3,85), kebersihan ruangan dan lingkungan perusahaan (4,22), tersedianya pelayanan pembelian melalui email dan telepon (3,75), kecepatan tanggapan pembelian melalui email dan telepon (4,25), dan adanya penelitian terhadap bahan baku (3,32).

Untuk tingkat kinerja terdapat sebelas atribut yang total bobotnya melebihi skor rataaan. Sehingga dapat dikatakan kinerja CV. ASIMAS dalam melaksanakan kesebelas atribut tersebut kurang lebih dinilai baik oleh konsumen. Kesebelas atribut tersebut adalah kelayakan alat-alat kantor (4,1), kerapian karyawan (4,32), tersedianya pelayanan pembelian melalui email dan telepon (3,85), ketepatan karyawan dalam penyampain informasi produk (4,27), kemudahan dalam transaksi pembayaran (4,22), ketepatan waktu dalam pengiriman barang (4,37), kesungguhan dalam melayani konsumen (4,27), keramahan karyawan (4,05), adanya sertifikat CPOTB, ijin produk dan label halal (4,25), adanya penelitian terhadap bahan baku (4,5), produk yang alami, sehat dan tanpa bahan pengawet (4,35). Tetapi terdapat juga atrribut-atribut yang total bobotnya kurang dari skor rataaan, yang kinerjanya dinilai kurang dan perlu ditingkatkan. Atribut-atribut tersebut adalah kenyamanan dan keleluasaan ruang tunggu (3,52), kebersihan ruangan dan lingkungan perusahaan (3,82), pelayanan cepat dan segera bagi konsumen (2,97), kecepatan tanggapan pembelian melalui email dan telepon (3,45), kecepatan tanggapan terhadap komplain (3,07), kesediaan karyawan memperhatikan konsumen (3,27), keterampilan dan pengetahuan karyawan (3,5), kegiatan *follow up* konsumen (3,45), kegiatan *customer maintenance* (3,25).

Setelah diketahui skor rataaan dari masing-masing atribut tersebut maka selajutnya dilakukan penjabaran berupa pemetaan terhadap diagram kartesius. Diagram kartesius digunakan untuk mengetahui posisi dari duapuluh atribut kualitas pelayanan CV. ASIMAS. Kuadran kartesius ini terbagi dalam empat kuadran, yaitu Kuadran I, Kuadran II, Kuadran III, Kuadran IV. Keempat kuadran

menggambarkan kondisi yang berbeda satu sama lain. Dengan menggunakan alat analisis *Importance Performance Analysis* (IPA), atribut-atribut kualitas pelayanan CV. ASIMAS dapat dinyatakan dalam diagram kartesius pada Gambar 12.



Gambar 12. Diagram Kartesius Atribut Kualitas Pelayanan CV. ASIMAS

Keterangan Gambar 12:

1. Kenyamanan dan keleluasaan ruang tunggu
2. Kebersihan ruangan dan lingkungan perusahaan
3. Kelayakan alat-alat kantor
4. Kerapian karyawan
5. Tersedianya pelayanan pembelian melalui email dan telepon
6. Ketepatan karyawan dalam penyampaian informasi produk
7. Kemudahan dalam transaksi pembayaran
8. Ketepatan waktu dalam pengiriman barang
9. Kesungguhan dalam melayani konsumen
10. Pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen
11. Kecepatan tanggapan pembelian melalui email dan telepon

12. Kecepatan tanggapan terhadap komplain
13. Kesiediaan karyawan memperhatikan konsumen
14. Keterampilan dan pengetahuan karyawan
15. Keramahan karyawan
16. Adanya sertifikasi CPOTB, ijin produk dan label halal
17. Adanya penelitian terhadap bahan baku
18. Produk yang alami sehat tanpa bahan pengawet
19. Kegiatan *follow up* konsumen
20. Kegiatan *customer maintenance*

Dengan menggunakan mean dan median atau pengukuran ranking maka skor kepentingan dan kinerja atribut dikumpulkan dan diklasifikasikan ke dalam kategori tinggi atau rendah. Kemudian dengan memasangkan kedua set ranking tersebut, masing-masing atribut ditempatkan dalam salah satu dari empat kuadran. Berdasarkan Gambar 12, dapat dilihat bahwa terdapat enam atribut yang termasuk dalam Kuadran I, sembilan atribut termasuk dalam Kuadran II, tiga atribut termasuk dalam Kuadran III dan dua atribut termasuk dalam Kuadran IV.

a. Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran I menjelaskan kondisi dimana atribut kualitas pelayanan yang terdapat didalamnya memiliki tingkat kepentingan tinggi dan tingkat kinerja yang rendah. Atribut-atribut kualitas pelayanan ini dianggap mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen karena atribut ini dinilai penting oleh konsumen sedangkan tingkat kinerja yang dirasakan rendah. Hal ini menjelaskan bahwa perlu adanya perhatian khusus dari pihak CV. ASIMAS agar penanganan atribut-atribut kualitas pelayanannya lebih ditingkatkan dan diprioritaskan. Adapun atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

1) Pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen (10)

Pelayanan yang cepat dan segera dianggap konsumen sebagai atribut yang penting didalam mempengaruhi kepuasan mereka. Namun kinerja CV. ASIMAS dalam menjalankan atribut ini belum sesuai dengan harapan dari konsumen. Hal tersebut dikarenakan minimnya karyawan pada bagian pelayanan konsumen yang dimiliki oleh perusahaan. Dimana hanya terdapat satu karyawan di bagian staff marketing yang harus melayani seluruh

konsumen dari CV. ASIMAS. Berdasarkan hal tersebut, diharapkan perusahaan melakukan penambahan SDM yang berkualitas pada bagian staff marketing agar pelayanan terhadap konsumen dapat dilakukan dengan cepat dan segera.

2) Kecepatan tanggapan terhadap komplain (12)

Kecepatan tanggapan terhadap komplain merupakan atribut yang dianggap penting oleh konsumen. Namun didalam kenyataannya, kinerja CV. ASIMAS masih belum memenuhi harapan dari konsumen. Hal tersebut harus segera diatasi oleh perusahaan dikarenakan atribut ini sangat mempengaruhi tingkat kepuasan dari konsumen. Sehingga jika CV. ASIMAS ingin memberikan kepuasan terhadap konsumennya maka usaha perbaikan terhadap kinerja atribut ini perlu dilakukan. Salah satunya adalah dengan cara perbaikan didalam manajemen perusahaan dan lebih meningkatkan koordinasi dari organisasi perusahaan.

3) Kesiediaan karyawan memperhatikan konsumen (13)

Berbagai alasan dan keluhan diutarakan oleh konsumen saat akan membeli produk herbal olahan jamur dewa. Untuk itulah diperlukan kesiediaan karyawan dalam memperhatikan konsumen. Sehingga menyebabkan atribut ini dianggap penting oleh konsumen CV. ASIMAS. Namun kinerja dari karyawan masih belum optimal dalam memperhatikan para konsumennya. Hal tersebut disebabkan beban pekerjaan dari karyawan dibagian marketing yang besar dimana mereka harus menjalankan dua kegiatan marketing untuk jasa dan produk. Untuk itulah perlu adanya penambahan karyawan di bagian marketing. Agar beban kerja karyawan tidak terlampau besar sehingga bisa lebih fokus pada pelayanan konsumen.

4) Keterampilan dan pengetahuan karyawan (14)

Keterampilan dan pengetahuan karyawan juga merupakan salah satu unsur yang penting didalam suatu pelayanan CV. ASIMAS kepada konsumennya. Pengetahuan disini tidak hanya berhubungan dengan produk, tetapi juga berhubungan seluk beluk pekerjaan yang dijalankan. Dengan luasnya pengetahuan, maka karyawan CV. ASIMAS akan mudah untuk berinteraksi dengan konsumen. Sehingga hubungan antara karyawan dan konsumen

menjadi lebih erat yang nantinya dapat membuat konsumen merasa puas. Untuk itulah atribut keterampilan dan pengetahuan karyawan perlu diperhatikan oleh CV. ASIMAS. Namun berdasarkan penilaian konsumen, atribut ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi tetapi tingkat kinerjanya masih rendah. Sehingga perlu adanya perbaikan kinerja terhadap atribut ini. Salah satunya dengan cara menerapkan standar pendidikan yang pasti dalam hal perekrutan karyawan, khususnya karyawan *front line* yang melayani konsumen, selain itu diperlukan adanya pelatihan secara khusus, agar para karyawan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang luas, tidak hanya mengenai detail produk namun juga pengetahuan secara umum.

5) Kegiatan *customer maintenance* (20)

Kegiatan *customer maintenance* dianggap penting oleh konsumen CV. ASIMAS, namun kinerjanya masih belum sesuai dengan harapan konsumen. Hal ini dikarenakan belum rutusnya pelaksanaan dari *customer maintenance* yang disebabkan oleh tidak adanya SDM yang mumpuni untuk melaksanakan kegiatan ini. Berdasarkan hal tersebut CV. ASIMAS perlu melakukan rekrutmen SDM yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan perusahaan khususnya di bagian marketing.

6) Kegiatan *follow up* konsumen (19)

Follow up konsumen merupakan bentuk pelayanan dengan cara menghubungi konsumen pasca pembelian. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui penilaian konsumen mengenai obat herbal olahan jamur dewa dari CV. ASIMAS yang telah mereka konsumsi. Dan juga bagaimana perkembangan kesehatan mereka setelah mengkonsumsi obat herbal tersebut. Untuk itulah atribut ini dinilai penting dalam mempengaruhi kepuasan dari konsumen CV. ASIMAS. Namun seperti halnya kegiatan *customer maintenance*, kegiatan ini masih belum terlaksana secara rutin. Sehingga menurut beberapa konsumen obat herbal olahan jamur dewa, kinerja dari kegiatan ini masih belum dilakukan dengan baik. Sehingga rekrutmen SDM yang berkualitas perlu dilakukan oleh CV. ASIMAS agar dapat memperbaiki kinerja pada atribut ini.

b. Kuadran II (Pertahankan)

Kuadran II merupakan kuadran yang berisis atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang tinggi atau di atas skor rata-rata. Konsumen menilai atribut-atribut yang berada dalam kuadran ini sangat penting dan kinerja yang dilakukan oleh CV. ASIMAS sudah sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa CV. ASIMAS harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

1) Keramahan karyawan (15)

Berdasarkan penilaian tingkat kepentingan terhadap atribut ini konsumen maka dapat dilihat bahwa konsumen obat herbal olahan jamur dewa menilai atribut ini cukup penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Dikarenakan konsumen akan merasa senang jika disambut oleh karyawan yang ramah dan memberikan pelayanan yang baik kepadanya. Untuk itulah CV. ASIMAS menerapkan budaya senyum, salam, sapa pada setiap karyawannya. Agar karyawan dapat terbiasa bersikap ramah kepada antar karyawan maupun konsumen. Dan menurut penilaian dari konsumen yang membeli obat herbal olahan jamur dewa, kinerja dari atribut ini sangat baik sehingga berada di kuadran II. Untuk itulah CV. ASIMAS harus mempertahankan kinerja dari atribut ini.

2) Kesungguhan dalam melayani konsumen (9)

Kesungguhan karyawan perusahaan dalam melayani konsumen adalah salah satu atribut yang penting karena dapat membuat konsumen merasa dilayani dengan baik. Berdasarkan diagram kartesius dapat dilihat bahwa kinerja dari CV. ASIMAS telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Sehingga kinerjanya perlu dipertahankan agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya.

3) Ketepatan karyawan dalam penyampaian informasi produk (6)

Berdasarkan diagram kartesius dapat dilihat bahwa ketepatan karyawan dalam penyampaian informasi produk telah sesuai dengan harapan dari konsumen produk herbal olahan jamur dewa. Sehingga kinerja dari atribut ini perlu dipertahankan oleh CV. ASIMAS.

4) Kemudahan dalam transaksi pembayaran (7)

Kemudahan dalam transaksi pembayaran merupakan unsur yang juga penting karena akan memberi akses yang lebih mudah bagi para konsumen dalam bertansaksi jika terhalang oleh jarak. Berdasarkan penilaian konsumen mengenai atribut ini didapatkan bahwa kinerja dari CV. ASIMAS telah sesuai dengan harapan dari konsumen. Sehingga perusahaan perlu mempertahankan kinerjanya terhadap atribut ini.

5) Ketepatan waktu dalam pengiriman barang (8)

Konsumen yang membeli produk secara online atau lewat telepon sangat mementingkan ketepatan waktu dalam pengiriman barang. Dalam pengiriman barang ke konsumen estimasi waktu yang diberikan oleh CV. ASIMAS cukup tepat sehingga tidak menimbulkan banyak keluhan. Untuk itulah kinerja CV. ASIMAS dalam hal ketepatan waktu dalam pengiriman barang perlu dipertahankan.

6) Kelayakan alat-alat kantor (3)

Kelayakan alat-alat kantor di CV. ASIMAS dinilai penting oleh konsumen dalam mempengaruhi puas atau tidaknya mereka membeli produk herbal olahan jamur dewa. Dengan kelayakan alat-alat kantor maka kinerja karyawan CV. ASIMAS menjadi baik dan nantinya akan mempengaruhi pelayanan yang dilakukan oleh karyawan kepada konsumen. Untuk itu konsumen menilai bahwa kinerja CV. ASIMAS dalam menyediakan peralatan yang layak sudah sesuai dengan harapan dari konsumen. Sehingga konsumen merasa puas dengan kinerja CV. ASIMAS terhadap atribut ini. Untuk itulah CV. ASIMAS harus mempertahankan kinerjanya dalam menyediakan peralatan kantor yang layak dan cukup modern

7) Adanya sertifikasi CPOTB, ijin produk dan label halal (16)

Produsen obat herbal dinilai konsumen perlu memiliki ijin produk, label halal dan sertifikasi CPOTB untuk menjamin mutu dari produk tersebut. Hal tersebut membuat tingkat kepentingan untuk atribut ini cukup tinggi. Perusahaan juga telah menerapkan apa yang menjadi harapan para konsumen tersebut sehingga konsumen juga dapat menilai jika kinerja untuk atribut sangat baik.

8) Produk yang alami, sehat, dan tanpa bahan pengawet (18)

Pada saat ini hampir semua produk makanan dan obat-obatan sudah mengandung pengawet yang berbahaya pada tubuh dalam pemakaian jangka panjang. Sehingga banyak konsumen yang mengharapkan produk obat-obatan yang sehat tanpa bahan pengawet, dan mereka menilai tingkat kepentingan atribut ini cukup besar. Lebih lanjut CV. ASIMAS sendiri juga telah mengupayakan memproduksi produk yang sehat tanpa bahan pengawet sehingga konsumen merasa puas dan menilai kinerja atribut ini cukup tinggi.

9) Kerapian karyawan (4)

Karyawan yang rapi akan lebih enak dipandang pada saat melakukan transaksi dibanding dengan karyawan yang tidak memperhatikan penampilannya. Konsumen menilai kerapian karyawan di CV. ASIMAS cukup penting bagi mereka. Disamping itu kinerja dari atribut ini juga dianggap baik karena karyawan CV. ASIMAS sudah memperhatikan penampilan dan kerapian mereka jika berada di depan konsumen. Untuk itulah CV. ASIMAS perlu untuk menjaga kinerja para karyawannya dalam hal berpenampilan.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III memuat atribut-atribut pelayanan yang mempunyai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang rendah. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh konsumen sehingga berpengaruh sedikit pada tingkat kepuasannya. Dalam pelaksanaan kinerjanya pun CV. ASIMAS tidak terlalu memprioritaskan. Terdapat 2 atribut kualitas pelayanan yang terdapat dalam kuadran ini, ketujuh atribut itu adalah:

1) Kecepatan tanggapan pembelian melalui email dan telepon (11)

Kecepatan tanggapan pembelian melalui email dan telepon memiliki tingkat kepentingan yang rendah, karena konsumen telah menyadari jika perusahaan tidak hanya melayani pembelian melalui email dan telepon namun juga melakukan penjualan secara langsung. CV. ASIMAS juga tidak terlalu memprioritaskan atribut ini. Sehingga keputusan CV. ASIMAS dalam menjalankan atribut ini cukup tepat.

2) Kenyamanan dan keleluasaan ruang tunggu (1)

Kenyamanan dan keleluasaan ruang tunggu tidak menjadi prioritas utama bagi konsumen untuk mempengaruhi kepuasan mereka terhadap pelayanan dari CV. ASIMAS. Selain itu juga CV. ASIMAS tidak terlalu memprioritaskan kenyamanan dan keleluasaan ruang tunggu. Hal tersebut dikarenakan obat herbal bukan merupakan kebutuhan primer setiap orang yang dikonsumsi setiap hari. Untuk itulah tidak setiap hari pula konsumen obat herbal olahan jamur dewa datang untuk membeli produk. Sehingga CV. ASIMAS juga tidak terlalu memprioritaskan kenyamanan dan keleluasaan ruang tunggu karena tidak setiap harinya banyak konsumen yang datang langsung melakukan pembelian produk herbal olahan jamur dewa.

3) Kebersihan ruangan dan lingkungan perusahaan (2)

Menurut konsumen dari CV. ASIMAS kebersihan ruangan dan lingkungan perusahaan tidak menjadi prioritas utama dalam mempengaruhi kepuasan mereka. Selain itu, ada ataupun tidak adanya konsumen yang datang, CV. ASIMAS selalu menjaga standart kebersihan ruangan dan lingkungan perusahaan sesuai dengan aturan dari CPOTB.

d. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran IV menjelaskan kondisi dimana atribut-atribut kualitas pelayanan yang termasuk didalamnya menunjukkan tingkat kepentingan yang rendah, sedangkan memberikan tingkat kinerja yang tinggi. CV. ASIMAS dianggap terlalu berlebihan dalam menangani atribut-atribut kualitas pelayanan ini. Dalam kuadran ini terdapat tujuh atribut yang dianggap berlebihan penanganannya oleh konsumen. Adapun atribut sebagaimana dijelaskan sebagai berikut:

1) Tersedianya pelayanan pembelian melalui email dan telepon (5)

Berdasarkan penilaian tingkat kepentingan, konsumen CV. ASIMAS memang menilai bahwa atribut ini penting dalam mempengaruhi kepuasan mereka. Tetapi penilai tingkat kepentingan atribut ini tidak sepenting atribut-atribut yang lainnya. Hal tersebut dikarenakan konsumen lebih memilih untuk melakukan pembelian langsung, karena dapat lebih jelas dalam mengetahui seluk beluk mengenai produk daripada harus menggali informasi lewat telepon ataupun email. Walaupun begitu, CV. ASIMAS tetap menyediakan pelayanan

pembelian lewat email ataupun telepon sebagai bentuk pelayanan perusahaan dalam memberi kemudahan melakukan pembelian obat herbal olahan jamur dewa.

2) Adanya penelitian terhadap bahan baku (17)

Konsumen menilai atribut penelitian terhadap bahan baku kedalam tingkat kepentingan yang rendah. Dikarenakan adanya sertifikasi CPOTB sudah cukup membuat konsumen percaya bahwa produk yang diproduksi oleh CV. ASIMAS berkualitas. Namun CV. ASIMAS tetap melakukan berbagai penelitian mengenai bahan baku pembuatan produk utama mereka yaitu jamur dewa agar konsumen bisa lebih percaya terhadap produk herbal olahan jamur dewa.

5.4.4. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Customer satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk. Sehingga kepuasan konsumen produk herbal olahan jamur dewa terhadap kualitas pelayanan yang diberikan CV. ASIMAS dapat diketahui nilainya dengan menggunakan metode CSI. Dikarenakan metode CSI dapat menilai tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dari seluruh atribut pelayanan yang diukur.

Berdasarkan nilai CSI didapat bahwa indeks kepuasan konsumen CV. ASIMAS sebesar 76,67 persen atau 0,76. Indeks kepuasan tersebut berada pada rentang nilai CSI, yaitu 0,66-0,80 yang berarti secara keseluruhan konsumen CV. ASIMAS merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh CV. ASIMAS. Meskipun indeks kepuasan konsumen berada pada tingkatan puas, namun diharapkan CV. ASIMAS dapat terus berkomitmen dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada tahun-tahun berikutnya untuk mencapai kategori kepuasan konsumen yang sangat puas yaitu mencapai angka 100 persen, dan mempertahankannya demi tercapainya loyalitas konsumen dan kemudian dapat meningkatkan pendapatan dari perusahaan. Untuk lebih jelasnya, nilai dari CSI dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Nilai *Customer Satisfaction Index*

No	Variabel	Atribut	Mean Important Score (MSI)	Weight Factors (WF)	Mean Satisfaction Score (MSS)	Weight Score (WS)
1	Bukti Fisik	Kenyamanan dan keleluasaan ruang tunggu	3.85	4.40	3.52	0.15
2		Kebersihan ruangan dan lingkungan perusahaan	4.22	4.83	3.82	0.18
3		Kelayakan alat-alat kantor	4.52	5.17	4.1	0.21
4		Kerapian karyawan	4.42	5.05	4.32	0.22
5		Tersedianya pelayanan pembelian melalui email dan telepon	3.75	4.28	3.85	0.16
6	Kehandalan	Ketepatan karyawan dalam penyampaian informasi produk	4.5	5.14	4.27	0.22
7		Kemudahan dalam transaksi pembayaran	4.42	5.05	4.22	0.21
8		Ketepatan waktu dalam pengiriman barang	4.4	5.03	4.37	0.22
9		Kesungguhan dalam melayani konsumen	4.55	5.20	4.27	0.22
10	Daya Tanggap	Pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen	4.8	5.48	2.97	0.16
11		Kecepatan tanggapan pembelian melalui email dan telepon	4.2	4.85	3.45	0.17
12		Kecepatan tanggapan terhadap complain	4.77	5.45	3.07	0.17
13		Kesediaan karyawan memperhatikan konsumen	4.65	5.31	3.27	0.17
14	Jaminan	Keterampilan dan pengetahuan karyawan	4.62	5.28	3.5	0.18
15		Keramahan karyawan	4.52	5.17	4.05	0.21
16		Adanya sertifikasi CPOTB, ijin produk dan label halal	4.47	5.11	4.25	0.22
17		Adanya penelitian terhadap bahan baku	3.32	3.80	4.5	0.17
18		Produk yang alami, sehat dan tanpa bahan pengawet	4.65	5.31	4.35	0.23
19	Empati	Kegiatan <i>follow up</i> konsumen	4.42	5.05	3.45	0.17
20		Kegiatan <i>customer maintenance</i>	4.4	5.03	3.25	0.16
Σ			87.55	100	76.9	
Total <i>Weight Score</i>						3.83
<i>Customer Satisfaction Index</i>						76.67

Sumber: Diolah dari data primer, 2012

5.4.5. Rekomendasi Operasional

Berdasarkan pembahasan mengenai kepuasan konsumen dapat dijelaskan bahwa mayoritas konsumen dari CV. ASIMAS puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Walaupun begitu CV. ASIMAS tetap perlu untuk memperhatikan beberapa atribut pelayanan kepada konsumen. Dikarenakan berdasarkan penilaian melalui diagram kartesius, terdapat beberapa pelayanan dari CV. ASIMAS yang memiliki tingkat kepentingan konsumen yang tinggi. Dimana atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dapat mempengaruhi kepuasan dari konsumen. Atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi adalah kelayakan alat-alat kantor; kerapian karyawan; ketepatan karyawan dalam penyampaian informasi produk; kemudahan dalam transaksi pembayaran; ketepatan waktu dalam pengiriman barang, kesungguhan dalam melayani konsumen; pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen; kecepatan tanggapan terhadap komplain; kesediaan karyawan memperhatikan konsumen; keterampilan dan pengetahuan karyawan, keramahan karyawan; adanya sertifikasi CPOTB, ijin produk dan label halal; produk yang alami, sehat dan tanpa bahan pengawet; kegiatan *follow up* konsumen; dan kegiatan *customer maintenance*.

Dari atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi tersebut, terdapat beberapa atribut yang memiliki tingkat kinerja yang rendah. Sehingga dalam jangka pendek atribut-atribut tersebut menjadi prioritas perbaikan dari CV. ASIMAS jika ingin meningkatkan kepuasan dari konsumennya. Atribut-atribut tersebut adalah pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen, kecepatan tanggapan terhadap komplain, kesediaan karyawan memperhatikan konsumen, keterampilan dan pengetahuan karyawan, kegiatan *customer maintenance*, kegiatan *follow up* konsumen. Berdasarkan hal tersebut maka dapat ditawarkan beberapa rekomendasi operasional kepada CV. ASIMAS agar dapat mengatasi permasalahan tersebut. Rekomendasi yang dianjurkan antara lain:

1. Melakukan aktifitas rekrutmen, penempatan, pelatihan, karyawan yang mengarah pada keunggulan pemulihan layanan secara keseluruhan.

Permasalahan karyawan menjadi salah satu topik yang penting (*urgent*) bagi CV. ASIMAS. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya aktivitas pelayanan yang berhubungan erat dengan karyawan memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, yaitu kerapian karyawan, ketepatan karyawan dalam penyampaian

informasi produk, kesungguhan dalam melayani konsumen, pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen, kecepatan tanggapan terhadap komplain, kesediaan karyawan memperhatikan konsumen, keterampilan dan pengetahuan karyawan, dan juga keramahan karyawan. Dari aktifitas pelayanan yang berhubungan dengan karyawan tersebut hampir 50 persen memiliki kinerja dibawah nilai rata-rata, antara lain pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen, kecepatan tanggapan terhadap komplain, kesediaan karyawan memperhatikan konsumen, juga keterampilan dan pengetahuan karyawan.

Jika dilihat dari segi aktifitas pelayanan karyawan dapat dijelaskan bahwa keramahan dan kerapian karyawan dinilai baik oleh konsumen, namun kecepatan karyawan didalam melayani dan juga menanggapi komplain dinilai kurang. Hal ini dapat dikaitkan dengan kurangnya karyawan bagian *front line* dari CV. ASIMAS yang berhubungan dengan pelayanan konsumen. Untuk itulah dibutuhkan rekrutmen karyawan untuk bagian *front line* agar kinerja karyawan lebih cepat didalam melakukan pelayanan konsumen. Selanjutnya jika dihubungkan dari segi pengetahuan dapat dilihat bahwa penguasaan informasi produk dari karyawan dinilai baik oleh konsumen, tetapi pengetahuan karyawan tentang kesehatan dan obat herbal secara umum dinilai kurang oleh konsumen. Sehingga didalam aktifitas rekrutmen karyawan oleh CV. ASIMAS, maka spesifikasi pendidikannya dan keterampilan harus sesuai dengan kebutuhan perusahaan, misalnya dari jurusan manajemen ataupun kesehatan masyarakat. Selain itu untuk meningkatkan kinerja dan pengetahuan karyawan juga diperlukan pengembangan individual dengan cara melakukan pelatihan manajemen. Disini perusahaan mengikutsertakan manajemennya (termasuk manajer madya dan manajemen *front line*) dalam program pengembangan manajemen, seperti seminar, symposium, kursus singkat, dan lokakarya. Sehingga setiap karyawan dapat memperoleh keterampilan dan pengetahuan teknis yang diperlukan untuk menjalankan tugas sesuai dengan posisi dan jabatannya.

2. Penetapan aturan *reward and punishment*

Aturan *reward and punishment* erat kaitannya dengan penentuan standart kinerja bagi karyawan. khususnya karyawan *front line*. Standart kinerja ini misalnya bagaimana cara menyapa dan berinteraksi dengan konsumen. Dengan

adanya standart kinerja disini maka dapat memudahkan karyawan didalam melakukan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen. Sedangkan bagi manajemen puncak dapat memantau kinerja dari karyawan *front line* dan dapat memberi *reward* bagi karyawan yang berkinerja baik juga memberikan *punishment* bagi karyawan yang berkinerja buruk. Untuk itulah, adanya aturan *reward and punishment* dimaksudkan agar karyawan lebih berhati-hati dalam melakukan pelayanan dan karyawan rajin dalam melakukan pekerjaannya karena ingin mendapatkan *reward* dan takut terkena *punishment* dari perusahaan.

3. Perbaiki sistem organisasi dari perusahaan yang meliputi integrasi koordinasi antar fungsi dan struktur pelaporan mengenai keluhan konsumen.

Salah satu aktifitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun tingkat kinerjanya rendah adalah kecepatan tanggapan terhadap komplain. Kecepatan tanggapan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan komplain. Apabila komplain konsumen tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi. Sedangkan apabila komplain dapat ditangani dengan cepat, maka ada kemungkinan konsumen tersebut menjadi puas. Hasil riset Technical Assistance Research Programs (*dalam* Nauman & Giel, 1995) menunjukkan bahwa 70-90 persen konsumen yang menyampaikan komplain akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama apabila mereka puas dengan cara penanganan komplainnya. Kemudian 20-70 persen konsumen yang tidak puas dengan cara penanganan komplainnya tidak akan melakukan bisnis lagi dengan perusahaan yang sama.

CV. ASIMAS sudah cukup baik dalam hal menampung komplain dari konsumennya. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya *website* dari perusahaan yang digunakan untuk menampung segala macam komplain dari konsumennya. Dimana CV. ASIMAS telah menyediakan sarana komunikasi yang mudah dan relatif tidak mahal, sehingga konsumen dapat menyampaikan keluh kesahnya kepada perusahaan. Namun demikian, adanya sistem penampungan komplain saja tidak cukup untuk memberikan kepuasan bagi konsumennya jika tidak dibarengi dengan kecepatan penanganan komplain. Untuk itulah CV. ASIMAS perlu untuk merencanakan standart tindakan penanganan yang jelas dalam mengatasi

komplain tersebut. Kompensasi disini perlu diberikan kepada pihak konsumen yang merasa dirugikan. Namun perusahaan juga harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Karena hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi 'win-win' (fair, realistis, dan proporsional), dimana konsumen dan perusahaan sama-sama diuntungkan. Koordinasi yang kurang antar tiap fungsi dari organisasi menjadi salah satu sebab standart penanganan komplain tidak terumuskan dengan baik. Hal tersebut juga yang menyebabkan direktur utama tidak berani mengambil keputusan kompensasi perihal penanganan komplain dari konsumen. Untuk itulah diperlukan perbaikan sistem dari organisasi, agar tiap fungsi organisasi dapat berkoordinasi dengan baik dalam hal penanganan komplain dari konsumen.

4. Pembagian tugas yang jelas untuk karyawan khususnya di bagian *front line* antara jasa dan produk.

Seperti diketahui bahwa CV. ASIMAS menjalankan dua bisnis yaitu jasa dan produk herbal. Selama ini kegiatan pemasaran dan pelayanan untuk jasa dan produk dilakukan oleh orang yang sama yaitu karyawan *front line*. Hal ini yang menyebabkan beban kerja karyawan terlalu berat sehingga pelayanan yang diberikan tidak bisa maksimal. Misalnya, kegiatan *follow up* dan *customer maintenance* merupakan salah satu kegiatan yang mana dilaksanakan pada pelayanan jasa dan produk. Namun pelaksana dari kegiatan ini adalah karyawan yang sama. Sehingga menyebabkan kinerja karyawan didalam melaksanakan kegiatan *follow up* dan *maintenance* dirasa oleh konsumen kurang optimal. Untuk itulah diperlukan pemisahan tugas dalam melakukan pelayanan jasa dan produk.

Lebih lanjut, untuk atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan juga tingkat kinerja yang tinggi pula diharapkan dapat dipertahankan kinerjanya oleh perusahaan dan terus melakukan pengawasan mengenai pelaksanaan dari atribut pelayanan tersebut juga diharapkan data melakukan peningkatan baik pelayanan maupun sarana dan prasarana kantor. Atribut yang memiliki tingkat kinerja dan kepentingan tinggi adalah keramahan karyawan, kesungguhan dalam melayani konsumen, ketepatan karyawan dalam penyampaian informasi produk, kemudahan dalam transaksi pembayaran, ketepatan waktu dalam pengiriman barang, kelayakan alat-alat kantor, adanya sertifikasi CPOTB,

ijin produk, dan label halal. produk yang alami, sehat, dan tanpa bahan pengawet, kerapian karyawan. Selain itu untuk atribut yang memiliki tingkat kinerja dan juga kepentingan yang rendah pula tetap harus mendapat perhatian bagi perusahaan. Karena, walau dianggap tidak penting oleh konsumen tetapi tingkat kepentingan dari atribut ini bisa saja berubah karena perubahan kebutuhan dan harapan dari konsumen. Untuk itulah CV ASIMAS harus tetap memperbaiki kinerja dari atribut ini. Atribut yang mempunyai tingkat kinerja dan kepentingan yang rendah adalah kecepatan tanggapan pembelian melalui email dan telepon, kenyamanan dan keleluasaan ruang tunggu, kebersihan ruangan dan lingkungan perusahaan.