

## PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENJAMIN KEBERLANGSUNGAN USAHA PADA BENGKEL ZUL KELUARGA JAYA PEMATANGSIANTAR

Efendi <sup>1)</sup>, Marto Silalahi <sup>2)</sup>, Julyanthry<sup>3)</sup>, Vivi Candra<sup>4)</sup>, Hendrick Sasimtan Putra<sup>5)</sup>,  
Onita Sari Sinaga <sup>6)</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung<sup>1), 2), 3), 4), 5), 6)</sup>

[efendi.stie.ps@gmail.com](mailto:efendi.stie.ps@gmail.com) <sup>1)</sup>, [martosilalahi70@gmail.com](mailto:martosilalahi70@gmail.com) <sup>2)</sup>, [yoe.lianthry@gmail.com](mailto:yoe.lianthry@gmail.com) <sup>3)</sup>,  
[vfitrawan@gmail.com](mailto:vfitrawan@gmail.com) <sup>4)</sup>, [hendricksasimtanputra1995@gmail.com](mailto:hendricksasimtanputra1995@gmail.com) <sup>5)</sup>, [onitasarisinaga@gmail.com](mailto:onitasarisinaga@gmail.com) <sup>6)</sup>

### Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada sosialisasi peningkatan kualitas pelayanan di Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematangsiantar penting dilakukan untuk memberikan pengetahuan tambahan kepada pemilik dan karyawan bengkel serta strategi untuk meningkatkan omset penjualan. Metode yang digunakan meliputi ceramah dan diskusi terkait topik pengabdian. Tahapan pelaksanaan acara mencakup pembukaan dan penjelasan mengenai pelayanan yang baik dan benar yang umumnya digunakan oleh perusahaan. Setelah kegiatan selesai, dilakukan wawancara lanjutan untuk mengevaluasi dampak dari kegiatan tersebut. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pemahaman pemilik dan karyawan Bengkel Zul Keluarga Jaya tentang kualitas pelayanan dalam menjamin keberlangsungan usaha meningkat sebesar 90%.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan; keberlangsungan usaha

## IMPROVING SERVICE QUALITY TO ENSURE BUSINESS SUSTAINABILITY AT BENGKEL ZUL KELUARGA JAYA PEMATANGSIANTAR

### Abstract

*The community service activity focusing on the socialization of service quality improvement at Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematangsiantar is important to provide additional knowledge to the owners and employees of the workshop, as well as strategies to increase sales turnover. The methods used include lectures and discussions related to the service quality improvement topic. The implementation stages of the event include an opening and explanation of the good and correct services commonly used by companies. After the activity, further interviews were conducted to evaluate the impact of the activity. The results of the interviews showed that the understanding of the owners and employees of Bengkel Zul Keluarga Jaya regarding service quality to ensure business sustainability increased by 90%.*

**Keywords:** service quality; business sustainability

### A. PENDAHULUAN

Persaingan yang semakin ketat merupakan hasil dari dinamika yang terjadi di sektor UMKM. Perubahan yang terus-menerus dalam pasar, termasuk pergeseran tren konsumen, perkembangan teknologi, dan faktor-faktor ekonomi lainnya, mendorong UMKM untuk terus beradaptasi dan

meningkatkan kualitas produk atau layanan mereka. Hal ini mengakibatkan persaingan antar-UMKM menjadi semakin sengit karena setiap pelaku usaha berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Oleh karena itu, UMKM harus mampu berinovasi, mengoptimalkan sumber daya yang ada, dan meningkatkan efisiensi operasional agar dapat bersaing secara efektif dalam pasar yang kompetitif ini (Hasyim dan Pudyastuti, 2023).

UMKM menempati posisi yang sangat penting pada pertumbuhan perekonomian dan kemajuan negara. Di tengah persaingan global dengan beragam aspeknya, UMKM harus terus menyesuaikan diri agar tetap relevan dan dapat berkembang. Salah satu faktor utama yang dapat membantu UMKM menggapai hal ini adalah melalui kualitas pelayanan yang mereka berikan. Kualitas pelayanan tidak hanya tentang bagaimana memenuhi permintaan pelanggan, namun tentang membangun hubungan yang positif dan berkelanjutan dengan pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, UMKM dapat memperkuat basis pelanggannya, meningkatkan loyalitas, dan membedakan diri mereka dari pesaing (Sari dan Effendi, 2023). Dalam konteks ini, Bengkel Zul Keluarga Jaya adalah salah satu usaha menengah yang berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya.

Bengkel Zul Keluarga Jaya bergerak dalam bidang usaha pada sektor swasta dengan fokus berupa layanan bengkel mobil. Selain menawarkan layanan perbaikan mobil, bengkel ini juga menyediakan jasa modifikasi tambahan menggunakan fiber glass untuk sepeda motor dan mobil, serta melakukan jual beli mobil bekas. Keberhasilan Bengkel Zul Keluarga Jaya sangat tergantung pada pemilik dan karyawan yang memahami betul cara meningkatkan kualitas layanan demi menjaga kelangsungan usaha (Prayogie et al., 2018).

Dalam konteks pelayanan di Bengkel Zul Keluarga Jaya, dimensi kualitas pelayanan termasuk di dalamnya seperti bukti fisik, keandalan, seikap tanggap, penjaminan, dan sikap empati memegang peranan penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Secara keseluruhan, Bengkel Zul Keluarga Jaya telah melakukan upaya yang baik dalam memenuhi aspek-aspek tersebut, namun terdapat beberapa area yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Pertama, dalam dimensi bukti fisik, bengkel ini telah menyediakan fasilitas yang memadai dan berkualitas bagi pelanggan, seperti ruangan bengkel yang rapi dan peralatan yang lengkap. Namun, terdapat potensi untuk meningkatkan lagi aspek estetika ruangan bengkel agar mencerminkan kesan profesional dan bersih.

Kedua, dalam dimensi kehandalan, penting bagi Bengkel Zul Keluarga Jaya untuk konsisten dalam memberikan layanan yang berkualitas dan sesuai dengan janji yang diberikan kepada pelanggan. Hal ini termasuk dalam hal waktu pengerjaan dan kualitas pekerjaan yang dilakukan.

Ketiga, dalam dimensi ketanggapan, respons cepat terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan merupakan hal yang krusial. Bengkel ini perlu memastikan bahwa setiap pelanggan yang masuk langsung dilayani dengan baik dan solusi yang tepat diberikan dengan cepat.

Keempat, dalam dimensi jaminan, pihak Bengkel Zul perlu memberikan kepastian kepada pelanggan terkait kualitas layanan yang disajikan. Hal demikian mungkin direalisasikan dengan meningkatkan komunikasi dan memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan tentang proses perbaikan dan estimasi biaya.

Kelima, dalam dimensi empati, penting bagi Bengkel Zul Keluarga Jaya untuk memahami dan menanggapi kebutuhan serta keinginan pelanggan dengan baik. Ini mencakup memberikan perhatian khusus kepada setiap pelanggan, mendengarkan dengan baik, dan bersikap ramah serta menghargai setiap masukan atau keluhan yang diberikan.

Meskipun Bengkel Zul Keluarga Jaya telah mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan kualitas pelayanannya, upaya terus menerus diperlukan untuk memastikan bahwa standar kualitas yang tinggi tetap terjaga dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi setiap pelanggan.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

### **1. Kegiatan dan Pelaksanaan**

Aktivitas pengabdian kepada masyarakat ini memiliki tujuan yang sangat positif, yaitu berusaha memfasilitasi dan mentransfer pengetahuan dan aplikasi nyata yang lebih baik tentang kualitas pelayanan kepada pemilik dan karyawan Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematangsiantar. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang Dimensi Kualitas Pelayanan, diharapkan mereka dapat melayani *customer* dengan lebih baik di masa yang akan datang. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi Bengkel Zul Keluarga Jaya, tetapi juga bagi pelanggan mereka dan masyarakat secara menyeluruh, karena pelayanan yang baik dapat menaikkan kepuasan (*loyalty*) pelanggan dan menciptakan relasi yang lebih kuat antara pelanggan dan bengkel tersebut.

### **2. Waktu dan Tempat Pengabdian kepada masyarakat**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematangsiantar dilaksanakan pada bulan Januari tahun 2024.

### **3. Mitra/Subjek Pengabdian**

Mitra dalam kegiatan ini adalah Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematangsiantar, berlokasi di Jl. Medan KM 4,5 No. 25, Kel. Naga Huta, Siantar Martoba, Kota Pematangsiantar, Sumatera Utara. Jarak dari lokasi mitra ini ke Kampus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung sekitar 10 KM, dengan estimasi waktu perjalanan sekitar 20 menit jika mengemudi mobil, dan sekitar 15 menit dengan menaiki kendaraan motor dan semisalnya.

### **4. Prosedur**

Mekanisme pelaksanaan kegiatan ini dimulai dengan tahap persiapan yang meliputi pra-survey, pengumpulan data, dan identifikasi masalah yang ada pada mitra. Tim pelaksana melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan mitra untuk mendapatkan *inside* yang lebih luas dan aplikatif

tentang keadaan dan keperluan mereka. Selain itu, koordinasi internal dilakukan untuk menyusun jadwal pelaksanaan dan persiapan administratif lainnya.

Setelah tahap persiapan, dilanjutkan dengan tahap sosialisasi kepada mitra. Sosialisasi ini berfokus untuk mentransfer pengetahuan yang lebih aplikatif tentang tujuan serta manfaat kegiatan pengabdian ini, serta memberikan gambaran mengenai apa yang diharapkan dari mitra. Selanjutnya, tim pelaksana terus melakukan evaluasi dan monitoring selama pelaksanaan kegiatan untuk mengidentifikasi kendala yang mungkin muncul dan memastikan agar aktivitas tersebut dilakukan berdasarkan dengan perencanaan. Jika ditemukan kendala, tim akan berusaha mencari solusi yang tepat agar kegiatan tetap berjalan lancar dan mencapai hasil yang diharapkan.

### **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam era persaingan bisnis yang ketat, terutama di sektor jasa, perusahaan-perusahaan dituntut untuk memiliki strategi yang kuat untuk bertahan atau bahkan unggul dalam memenangkan persaingan pasar, terutama dalam industri otomotif. Fokus utama perusahaan haruslah terhadap pelanggan. Para pemilik usaha melakukan berbagai strategi untuk mempertahankan eksistensi mereka di industri jasa, contohnya seperti berupaya memberikan kualitas layanan prima bagi karyawan mereka. Layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan memegang peran yang sangat penting dalam kesuksesan perusahaan (Wulandari, Antari, & Lamopia, 2020).

Tujuan akhir dari strategi pemasaran adalah meraih tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Kepuasan pelanggan adalah kunci untuk menjaga loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan penjualan dan keuntungan perusahaan. Dalam konteks yang lebih luas, kepuasan pelanggan juga dapat menciptakan citra positif perusahaan di mata masyarakat, meningkatkan daya saing, dan membuka peluang untuk pertumbuhan dan pengembangan bisnis yang berkelanjutan. Dengan demikian, strategi pemasaran perlu memfokuskan pada upaya memahami dan memenuhi kebutuhan serta ekspektasi pelanggan secara efektif, sehingga dapat meningkatkan relasi jangka panjang untuk dapat saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggannya (Akbar, Jufriyanto, & Negoro, 2022).

Persaingan ketat dalam dunia bisnis tentunya mengharuskan perusahaan agar memahami bahwa kepuasan pelanggan bukan lagi sekadar pilihan, melainkan menjadi suatu keharusan yang vital. Kepuasan pelanggan menjadi kunci utama dalam menjaga loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada peningkatan penjualan dan profitabilitas perusahaan. Ketika konsumen mendapatkan kepuasan akan layanan atau produk yang diberikan, mereka tidak hanya cenderung untuk kembali bertransaksi, tetapi juga lebih mungkin untuk merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain. Sebaliknya, pengalaman negatif dapat berpotensi

menyebabkan kehilangan pelanggan secara permanen dan bahkan penyebaran ulasan negatif yang dapat merusak reputasi bisnis secara luas.

Untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan perlu mengadopsi strategi pemasaran yang fokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan preferensi pelanggan. Ini melibatkan memberikan pelatihan kepada karyawan untuk memberikan layanan yang ramah, efisien, dan responsif, serta memastikan bahwa proses bisnis internal berjalan dengan baik dan efektif. Selain itu, perusahaan juga perlu secara terus-menerus memperbaiki dan mengembangkan produk atau layanan mereka agar tetap relevan dan kompetitif di pasar yang terus berubah. Dengan melakukan hal ini, perusahaan dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, membangun hubungan yang kokoh dengan pelanggan, dan akhirnya mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Pilo, 2023).

Menurut Hermawan Kartajaya (2007), pelayanan adalah inti dari sebuah perusahaan. Pelayanan adalah sikap untuk bertahan dan meraih kemenangan dalam persaingan masa depan. Oleh karena itu, pelayanan yang tepat kepada konsumen akan menciptakan pelanggan yang loyal, yang akan merekomendasikan produk perusahaan dan bahkan menjadi pembela produk tersebut. Kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan dalam industri jasa maupun dagang ketika berinteraksi dengan konsumen. Di dunia bisnis, persaingan antara penjual sangatlah ketat. Hal ini mendorong para penjual untuk memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan mereka, karena jika tidak, pelanggan dapat beralih ke penjual lain (Wulandari, Antari, & Lamopia, 2020).

Pada kasus Bengkel Zul Keluarga Jaya, diperlukan pelatihan tentang kualitas pelayanan agar para karyawan dapat memahami dan mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam melayani pelanggan dengan baik. Fenomena kurangnya komunikasi yang baik dengan pelanggan mengakibatkan pelayanan yang diberikan kurang optimal. Dimensi kualitas pelayanan terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) (Prayogie et al., 2018).

Kualitas pelayanan merupakan faktor krusial, terutama bagi perusahaan jasa. Implementasi kualitas pelayanan sebagai bagian integral dari produk atau layanan adalah strategi yang memungkinkan perusahaan meraih keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, baik sebagai pemimpin pasar maupun untuk pertumbuhan yang berkelanjutan. Strategi adalah rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan jangka panjang, melibatkan keputusan penting dari manajemen tingkat atas dan alokasi sumber daya perusahaan yang signifikan. Selain itu, strategi juga mempengaruhi evolusi jangka panjang perusahaan, dengan mempertimbangkan faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi perusahaan. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan bukan hanya tentang memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga menjadi faktor penentu keberhasilan

perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar serta reputasi mereka (Kumara, 2018).

Dalam dunia bisnis, kualitas pelayanan merupakan faktor kunci yang menentukan keberhasilan dan kepuasan pelanggan. Namun, mencapai kualitas pelayanan yang tinggi bukanlah tugas yang mudah. Terdapat berbagai faktor yang dapat menyebabkan buruknya kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012), beberapa faktor utama yang berkontribusi terhadap penurunan kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

#### 1. Inseparability

Ini adalah karakteristik unik dari jasa di mana produksi dan konsumsi terjadi secara bersamaan. Jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang sama, seringkali membutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan. Hal ini dapat menyebabkan berbagai masalah dalam interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan, seperti:

- a. Tidak terampil dalam melayani pelanggan: Karyawan mungkin kurang terlatih atau tidak memiliki keterampilan yang cukup dalam melayani pelanggan dengan baik.
- b. Cara berpakaian yang kurang sesuai: Penampilan karyawan yang tidak sesuai dengan konteks atau standar yang diharapkan dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan.
- c. Tutur kata yang kurang sopan: Komunikasi yang tidak sopan atau tidak sesuai norma dapat membuat pelanggan merasa tidak dihargai.
- d. Bau badan yang mengganggu: Karyawan yang tidak menjaga kebersihan diri dapat mengganggu kenyamanan pelanggan.
- e. Mimik muka yang tidak ramah: Ekspresi wajah yang tidak ramah atau selalu cemberut dapat memberikan kesan negatif pada pelanggan.

Dalam mengatasi masalah-masalah ini, perusahaan sebaiknya memberikan pelatihan pada karyawan dengan tujuan untuk memperluas keterampilan mereka dalam melayani pelanggan, serta memastikan bahwa karyawan memahami pentingnya penampilan dan komunikasi yang baik dalam memberikan layanan yang berkualitas.

#### 2. Variabilitas dalam Kualitas Layanan

Keterlibatan karyawan dalam penyampaian layanan yang didorong oleh insentif dapat menyebabkan tingkat variabilitas yang tinggi dalam kualitas layanan. Faktor-faktor yang biasanya mempengaruhi variabilitas ini meliputi:

- a. Gaji Rendah: Karyawan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan sering kali memiliki tingkat pendidikan dan pendapatan yang lebih rendah dibandingkan dengan pekerja lain di perusahaan. Hal ini dapat memengaruhi motivasi dan kualitas pelayanan yang diberikan.

- b. Pelatihan yang Kurang Memadai: Kurangnya pelatihan atau pelatihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi dapat menyebabkan karyawan tidak memiliki keterampilan atau pengetahuan yang cukup untuk memberikan layanan yang konsisten dan berkualitas.
- c. Tingkat Perputaran Karyawan yang Tinggi: Tingginya tingkat perputaran karyawan dapat menyebabkan kurangnya kontinuitas dalam pelayanan, yang dapat mempengaruhi konsistensi dan kualitas layanan yang diberikan.
- d. Motivasi Kerja yang Rendah: Karyawan yang kurang termotivasi cenderung memberikan layanan yang kurang baik atau tidak sesuai dengan standar yang diharapkan.

Untuk mengatasi masalah ini, perusahaan perlu memberikan perhatian yang lebih besar pada pengelolaan karyawan, termasuk peningkatan upah yang sesuai, pelatihan yang memadai, pengelolaan perputaran karyawan, dan peningkatan motivasi kerja. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan yang mereka berikan kepada pelanggan.

### 3. Dukungan Terhadap Pelanggan Internal yang Kurang Memadai

Karyawan garis depan (*front line*) memainkan peran penting sebagai ujung tombak dalam sistem penyampaian layanan. Mereka sering memberikan kesan pertama kepada calon pelanggan, seperti keramahan operator telepon atau kesopanan satpam, yang sangat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap perusahaan. Untuk memastikan karyawan front line mampu melayani pelanggan dengan efektif, mereka membutuhkan dukungan yang memadai dari fungsi-fungsi utama manajemen, termasuk operasi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia (SDM). Dukungan ini dapat berbentuk pelatihan dan pengembangan, sistem dan teknologi yang mendukung, prosedur operasional yang jelas, serta insentif keuangan yang adil.

Selain itu, kebijakan SDM yang mendukung seperti lingkungan kerja yang kondusif, manajemen stres yang baik, dan keseimbangan kerja-kehidupan yang sehat juga sangat penting. Strategi pemasaran yang tepat dengan informasi yang akurat mengenai promosi, produk, dan layanan harus diberikan kepada karyawan agar mereka dapat menyampaikan informasi tersebut kepada pelanggan dengan tepat. Dengan dukungan yang menyeluruh dari berbagai fungsi manajemen, karyawan front line dapat memberikan layanan yang optimal, membangun hubungan positif dengan pelanggan, dan meningkatkan citra serta reputasi perusahaan secara keseluruhan, di antaranya:

- a. Peralatan: Memberikan peralatan, perkakas, material, pakaian, atau seragam yang diperlukan agar karyawan dapat melaksanakan tugas mereka dengan baik.

- b. Pelatihan Keterampilan: Melakukan pelatihan keterampilan agar karyawan memiliki kemampuan dan pengetahuan yang diperlukan untuk memberikan layanan yang baik kepada pelanggan.
- c. Informasi: Memberikan informasi yang diperlukan, seperti prosedur operasi atau kebijakan perusahaan, agar karyawan dapat memberikan jawaban yang akurat dan memadai kepada pelanggan.

Dengan memberikan dukungan yang memadai kepada karyawan front line, perusahaan dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam melayani pelanggan dan meningkatkan keseluruhan pengalaman pelanggan dengan perusahaan.

#### 4. Gap Komunikasi

Ketika terjadi kesenjangan atau kesalahpahaman dalam komunikasi, hal ini dapat menyebabkan penilaian atau mungkin review negatif terhadap kualitas layanan. Jenis gap komunikasi yang sering terjadi, antara lain:

- a. Janji Berlebihan: Penyedia layanan memberikan janji-janji yang berlebihan kepada pelanggan, namun tidak mampu memenuhinya.
- b. Keterlambatan Informasi: Penyedia layanan tidak selalu mampu menyajikan informasi terbaru kepada pelanggan.
- c. Kesulitan Memahami Pesan: Pesan yang disampaikan oleh penyedia layanan tidak dipahami dengan baik oleh pelanggan.
- d. Keluhan Tidak Ditanggapi: Penyedia layanan tidak memperhatikan atau tidak segera menindaklanjuti keluhan atau saran yang diberikan oleh pelanggan.

Untuk mengatasi gap komunikasi, perusahaan perlu meningkatkan komunikasi dengan pelanggan secara terbuka dan transparan. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan informasi yang jelas dan akurat, serta merespons dengan cepat terhadap keluhan atau masukan yang diberikan oleh pelanggan. Dengan demikian, diharapkan dapat meminimalisir terjadinya kesenjangan dalam komunikasi yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan.

#### 5. Pelayanan Personal

Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama dalam interaksi dengan penyedia layanan sering kali menjadi tantangan, karena kebutuhan setiap pelanggan berbeda. Beberapa pelanggan memerlukan atau bahkan mengharapkan layanan yang lebih personal dan disesuaikan. Oleh karena itu, penyedia layanan harus mampu menemukan keseimbangan antara standar layanan yang konsisten dan kebutuhan pelanggan yang beragam.

Salah satu solusi efektif adalah menggunakan pendekatan diferensiasi, di mana penyedia layanan memahami kebutuhan dan preferensi individu setiap pelanggan untuk

memberikan layanan yang lebih personal dan tepat sasaran. Dengan pendekatan ini, penyedia layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun hubungan yang lebih kuat, dan menciptakan pengalaman yang lebih berkesan.

Pelanggan seringkali mengharapkan agar penyedia layanan dapat memahami dan merespons kebutuhan serta preferensi mereka secara individual. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan untuk mengembangkan kemampuan dalam memahami perasaan pelanggan serta menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi masing-masing pelanggan.

Dalam menghadapi tantangan ini, penyedia layanan perlu melibatkan pelanggan secara aktif dalam proses pelayanan, mendengarkan dengan seksama, dan memberikan respons yang tepat sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dengan demikian, diharapkan dapat menciptakan pengalaman pelayanan yang memuaskan bagi setiap pelanggan.

#### 6. Pengembangan Layanan Berlebihan

Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan dapat menimbulkan masalah dalam menjaga standar kualitas layanan. Ketika terlalu banyak layanan baru dan tambahan diperkenalkan, pelanggan bisa merasa bingung dan kesulitan membedakan variasi penawaran layanan dari segi fitur, keunggulan, dan tingkat kualitasnya. Hal ini dapat mengakibatkan penurunan kepuasan pelanggan karena ketidakjelasan dan inkonsistensi dalam pengalaman layanan yang diterima.

Pengembangan layanan yang berlebihan juga dapat mengurangi fokus penyedia layanan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dan memenuhi harapan pelanggan. Hal ini dapat menyebabkan penurunan kualitas layanan secara keseluruhan dan mengurangi kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan untuk mempertimbangkan dengan matang sebelum melakukan perluasan atau pengembangan layanan. Penyedia layanan perlu memastikan bahwa setiap tambahan layanan baru dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan dan tidak mengorbankan kualitas layanan yang sudah ada. Dengan demikian, penyedia layanan dapat mempertahankan standar kualitas layanan yang tinggi dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

#### 7. Visi Bisnis Jangka Pendek

Fokus pada visi bisnis jangka pendek, seperti orientasi mencapai target penjualan dan keuntungan tahunan, penghematan *cost*, atau produktivitas, dapat mengganggu pembentukan kualitas layanan jangka panjang. Ketika perusahaan terlalu berorientasi pada tujuan-tujuan jangka pendek tersebut, risiko terjadi penurunan kualitas layanan yang

seharusnya menjadi fokus utama untuk menjaga kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang.

Orientasi yang berlebihan terhadap capaian *selling target* (target penjualan) dan income tahunan dapat menyebabkan perusahaan mengorbankan kualitas layanan demi memenuhi target tersebut. Penghematan biaya yang berlebihan juga dapat mengakibatkan pemotongan sumber daya yang seharusnya digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan. Selain itu, peningkatan produktivitas yang tidak seimbang dapat mengarah pada peningkatan beban kerja karyawan dan menurunkan kualitas interaksi dengan pelanggan.

Untuk menghindari dampak negatif ini, penting bagi perusahaan untuk menemukan keseimbangan antara mencapai tujuan jangka pendek dan menjaga kualitas layanan jangka panjang. Perusahaan perlu memprioritaskan kebutuhan dan kepuasan pelanggan dalam setiap keputusan bisnis yang diambil, serta memastikan bahwa visi bisnis jangka pendek tidak merusak upaya pembentukan kualitas layanan yang berkelanjutan.

Menurut Irawan (2004) dalam (Prayogie et al., 2018), dimensi kualitas pelayanan meliputi:

1. Dimensi Bukti Fisik (*Tangibles*): Fokus pada aspek fisik dari layanan yang diberikan, seperti penampilan fisik fasilitas, peralatan, personel, dan materi promosi yang digunakan oleh penyedia layanan.
2. Dimensi Keandalan (*Reliability*): Layanan menekankan kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang konsisten dan dapat diandalkan, sesuai dengan janji yang telah diberikan kepada pelanggan. Ini menciptakan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang disediakan.
3. Dimensi Ketanggapan (*Responsiveness*): Menggambarkan kemampuan penyedia layanan untuk merespons permintaan, pertanyaan, atau keluhan pelanggan dengan cepat dan efisien.
4. Dimensi Jaminan (*Assurance*): Berkaitan dengan kesanggupan perusahaan dalam memastikan dan mengelola nilai kepercayaan dan loyalitas pelanggan, termasuk keahlian, kepercayaan, dan kesopanan karyawan.
5. Dimensi Empati (*Empathy*): Menyoroti kemampuan perusahaan untuk memahami dan merespons perasaan, kebutuhan, dan situasi pelanggan dengan empati dan perhatian yang tulus.

Meningkatkan standar pelayanan merupakan tugas yang tidak ringan, tetapi sangat penting untuk bersaing dalam lingkungan bisnis yang semakin ketat. Ada beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan standar pelayanan, seperti memperkuat komunikasi dengan pelanggan, meningkatkan pelatihan karyawan, memperbaiki proses internal, dan secara terus-menerus memantau dan mengevaluasi kinerja.

Dengan mengimplementasikan strategi-strategi ini, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisinya di pasar (Pilo, 2023), di antaranya:

1. Pemahaman yang Mendalam tentang Kebutuhan Pelanggan: Dengan memahami kebutuhan dan harapan pelanggan, perusahaan dapat menyusun strategi yang tepat untuk memberikan pelayanan yang memuaskan.

2. Komunikasi yang Efektif: Komunikasi yang efektif antara perusahaan dan pelanggan sangat penting. Dengan mendengarkan dengan baik dan memberikan respons yang tepat, perusahaan dapat memperkuat hubungannya dengan pelanggan.
3. Peningkatan Proses Layanan: Terus mengembangkan proses pelayanan agar lebih efisien dan efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Pelatihan Karyawan: Memberikan pelatihan kepada karyawan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat membantu meningkatkan pengalaman pelanggan.
5. Menggunakan Teknologi: Mengadopsi teknologi yang tepat, seperti sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM), dapat membantu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.

Penerapan strategi-strategi ini dapat membantu perusahaan meningkatkan kualitas layanan mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan bisnis. Kualitas pelayanan memainkan peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dan keberhasilan bisnis. Dalam dunia pemasaran, kepuasan konsumen seringkali menjadi tolok ukur keberhasilan sebuah layanan. Pelayanan merupakan cara produsen atau penyedia layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan harapan dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen itu sendiri.

Bengkel Zul Keluarga Jaya, sebagai contoh, berupaya memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan harapan setiap pelanggan. Mereka mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan yang mereka terapkan meliputi:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*): Ruang bengkel disusun dengan rapi dan dilengkapi dengan peralatan, asesoris, dan suku cadang yang diperlukan.
2. Keandalan (*Reliability*): Bengkel Zul berkomitmen untuk melayani setiap pelanggan dengan baik sesuai dengan harapan mereka.
3. Ketanggapan (*Responsiveness*): Bengkel Zul memberikan respons yang cepat dan tanggap terhadap setiap pelanggan yang datang, termasuk memberikan jawaban atas pertanyaan pelanggan.
4. Jaminan (*Assurance*): Bengkel Zul berusaha untuk memberikan jaminan kepada pelanggan bahwa layanan yang mereka berikan memiliki kualitas yang baik dan dapat dipercaya.
5. Empati (*Empathy*): Bengkel Zul berusaha memahami dan merespons kebutuhan serta keinginan pelanggan dengan baik.

Penerapan dimensi kualitas pelayanan ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi Bengkel Zul dalam mendorong keinginan pelanggan untuk menggunakan jasa mereka.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di bulan Januari 2024 dimulai dengan focus group discussion (FGD) bersama pihak Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematangsiantar. Dalam FGD tersebut, terjadi diskusi mendalam tentang peninjauan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha tersebut serta teknis pelaksanaan kegiatan PkM. Setelah mengidentifikasi permasalahan yang

ada, terutama terkait dengan kualitas pelayanan, tim pengabdian memaparkan gambaran kegiatan PkM yang akan dilaksanakan kepada mitra. Langkah ini merupakan tahap awal dalam proses PkM yang bertujuan untuk memastikan bahwa tujuan dan manfaat dari kegiatan ini dapat dipahami dan dirasakan oleh mitra. Dengan demikian, diharapkan kerjasama antara tim pengabdian dan mitra dapat berjalan dengan baik untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Setelah melakukan observasi dan FGD, tim pengabdian masyarakat melanjutkan dengan menyelenggarakan pelatihan bagi mitra di Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematangsiantar. Pelatihan dipimpin oleh dosen tetap dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung Pematangsiantar dan dilakukan dengan tahapan ceramah kepada peserta pelatihan, yang terdiri dari pihak Bengkel Zul Keluarga Jaya. Melalui pelatihan ini, diharapkan pengetahuan dan kemampuan dalam melakukan pelayanan yang baik dan benar dapat meningkat, sehingga kualitas layanan yang diberikan oleh bengkel kepada pelanggannya juga dapat meningkat.

Hasil sosialisasi menunjukkan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kualitas layanan di Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematangsiantar. Melibatkan karyawan dalam memahami nilai-nilai perusahaan, standar layanan, dan pentingnya interaksi positif dengan pelanggan telah membentuk lingkungan kerja yang mendukung peningkatan kualitas secara berkelanjutan. Proses sosialisasi berhasil menciptakan interaksi yang positif antara karyawan dan pelanggan, menciptakan hubungan yang lebih dekat dan saling menguntungkan. Karyawan yang merasa terlibat dalam proses sosialisasi cenderung memiliki komitmen yang lebih tinggi terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Dampak positif dari interaksi ini sangat terasa pada tingkat kepuasan pelanggan, yang mengalami peningkatan signifikan. Pelanggan tidak hanya cenderung untuk kembali menggunakan jasa Bengkel Zul Keluarga Jaya, tetapi juga lebih mungkin untuk merekomendasikan usaha ini kepada orang lain, memberikan dampak positif yang lebih luas bagi pertumbuhan dan reputasi bisnis.

Proses sosialisasi yang dilakukan dengan efektif memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematangsiantar. Proses ini bukan hanya membantu karyawan dan pemilik usaha memahami nilai-nilai inti perusahaan dan standar pelayanan yang harus dijunjung tinggi, tetapi juga menciptakan pemahaman bersama tentang tujuan akhir dari layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Dampak positif dari efektivitas sosialisasi tercermin dalam interaksi antara karyawan dan pelanggan. Karyawan yang terlibat dalam proses ini cenderung lebih peka terhadap kebutuhan dan preferensi pelanggan, memungkinkan mereka untuk merespons dengan lebih baik terhadap permintaan khusus. Selain itu, mereka juga lebih mampu mengatasi tantangan dengan sikap yang positif, menciptakan interaksi yang ramah, penuh perhatian, dan berempati dengan pelanggan. Tak hanya itu, interaksi yang terbangun juga menciptakan hubungan yang lebih dekat antara karyawan dan pelanggan. Hal ini berujung pada peningkatan kepuasan pelanggan, yang kemudian

meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk kembali dan merekomendasikan usaha ini kepada orang lain (Sari, A., & Effendi, R. 2023).



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi Peningkatan Kualitas Pelayanan

#### D. SIMPULAN

Pentingnya kualitas pelayanan dalam bisnis jasa tidak dapat diragukan lagi. Kualitas pelayanan bukan sekedar menyediakan produk atau layanan yang baik, namun menghadirkan pengalaman positif bagi pelanggan. Dalam konteks ini, perusahaan perlu memiliki strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas pelayanan mereka. Hal ini meliputi pengukuran dan penilaian yang sistematis untuk memastikan bahwa standar yang diharapkan dapat tercapai. Meningkatkan kualitas pelayanan bukanlah tugas yang mudah, namun hal ini begitu krusial untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan, perusahaan dapat memperoleh keunggulan yang berkelanjutan, baik sebagai *market leader* maupun agar pertumbuhan bisnis yang berkesinambungan.

Perlu adanya peningkatan pemahaman mitra, terutama Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematangsiantar, tentang pentingnya kualitas pelayanan dalam menjaga keberlangsungan usaha. Melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan, mitra dapat memahami secara rinci dan jelas bagaimana cara meningkatkan kualitas pelayanan mereka. Hal ini tidak hanya mencakup cara memberikan pelayanan yang efektif setiap hari, tetapi juga pentingnya pelayanan berkualitas dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Dengan demikian, diharapkan Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematangsiantar dapat terus berkembang dan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan mereka.

Adapun, saran untuk Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematangsiantar adalah untuk lebih memperhatikan pelayanan sehari-hari agar terhindar dari kesalahpahaman komunikasi dengan

pelanggan. Hal ini utama dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan meningkatkan kualitas layanan. Untuk narasumber, disarankan untuk mempersiapkan materi dengan baik agar kegiatan pelatihan dapat berjalan lancar dan efektif. Dengan persiapan yang matang, diharapkan kegiatan tersebut dapat memberikan manfaat yang maksimal bagi mitra.

#### E. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami berterima kasih atas kerjasama dan partisipasi pengelola dan karyawan dalam kegiatan ini. Semoga apa yang telah dipelajari dan dibagikan dapat bermanfaat bagi pengembangan usaha Bengkel Zul Keluarga Jaya Pematangsiantar dan meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan.

#### F. DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, F., R.C.P., Jufriyanto, M., & Negoro, Y.P. (2022). Sosialisasi Pengendalian Kualitas Pelayanan Guna Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada UD. Putra Azzam Service. *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)*, 6(2), 59. <https://doi.org/10.36339/je.v6i2.605>
- Hasyim, & Pudyastuti, E. (2023). Sosialisasi Pentingnya Menjaga Kualitas Pelayanan bagi Pelaku Usaha Binaan LPBE Medan. *Pubarama: Jurnal Publikasi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 3–5. <https://www.jurnalpkmibbi.org/index.php/Pubarama/article/view/88>
- Kumara, D. (2018). Strategi Pemerintah Daerah dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Perpustakaan Daerah Kota Tangerang Selatan. *Journal of Government and Civil Society*, 2(1), 63. <https://doi.org/10.31000/jgcs.v2i1.762>
- Pilo, R. (2023, July 23). Kualitas Pelayanan Adalah Indikator Penting untuk Keberhasilan Bisnis. <https://mitracomm.com/kualitas-pelayanan/>
- Prayogie, Z., et al. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Zul Keluarga Jaya. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.37403/sultanist.v6i2.126>
- Sari, Y.O., & Effendi, Y. (2023). Sosialisasi Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Usaha UMKM Rumah Makan Nasi Padang Etek Yet di Dempo Raya. *Jurnal Dehasen Mengabdi*, 2(2), 201–204. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/jdm/article/view/4896/3625>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Wulandari, R., Antari, N.N.W., & Lamopia, I.W.G. (2020). Pelatihan Service Excellence Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Usaha Griya Lentik Denpasar. *Madaniya*, 1(2), 91–100. <https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/15/12>