

**KEBIJAKAN OPERASIONAL PETRONAS DALAM
MENINGKATKAN PELAYANAN PELANGGAN
PENGUNTA BBM**

*(STUDI KASUS DI PETRONAS SERVICE STATION
sSETIA BUDI JALAN RINGROAD ARTERI No. 99 MEDAN)*

SKRIPSI

OLEH

DEVI OKTAVINA

NIMP: 05 850 0019

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2009

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)12/8/24

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : KEBIJAKAN OPERASIONAL PETRONAS
DALAM MNINGKATKAN PELAYANAN
PELANGGAN PENGGUNA BBM (Studi Kasus
di Petronas Service Station Setia Budi Jalan
RingRoad Arteri No.99 Medan)

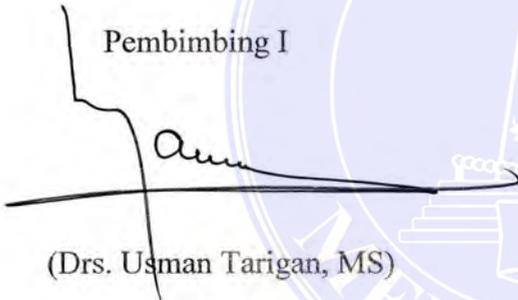
NAMA : DEVI OKTAVINA

NPM : 05 850 0019

PROGRAM STUDI : ILMU ADMINISTRASI NEGARA

MENYETUJUI
KOMISI PEMBIMBING

Pembimbing I



(Drs. Usman Tarigan, MS)

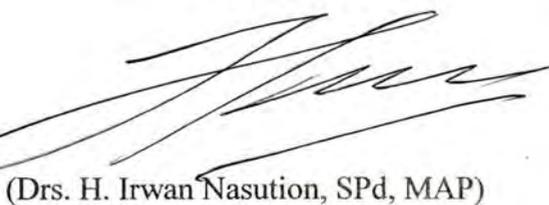
Pembimbing II



(Drs. Irfan Simatupang, MSi)

MENGETAHUI

Ketua Program Studi



(Drs. H. Irwan Nasution, SPd, MAP)

Dekan



(Drs. H.M.H. Thamrin Nasution, M. Si)

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)12/8/24

KATA PENGANTAR

Pada kesempatan yang pertama ini penulis mengucapkan syukur alhamdulillah kepada Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang karena atas berkah dan rahmad-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, serta selawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw yang telah membawa petunjuk dan penerangan berupa Al-Qur'an dan hadist kepada umat manusia dan alam semesta untuk kesejahteraan di dunia dan akhirat.

Skripsi ini disusun guna melengkapi tugas-tugas yang diwajibkan kepada Mahasiswa Universitas Medan Area pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Administrasi Negara untuk memperoleh gelar kesarjanaan, dan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan peneliti dalam bidang penelitian dan penyusunan skripsi.

Skripsi ini berjudul **“Kebijakan Operasional Petronas Dalam Meningkatkan Pelayanan Pelanggan Pengguna BBM (Studi Kasus di Petronas Service Station Setia Budi Jalan RingRoad Arteri No.99 Medan)”**.

Dalam penulisan skripsi, ada banyak pihak yang membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak tersebut :

- Ayahanda dan Ibunda yang tercinta, kakanda dan adinda yang tersayang, serta segenap keluarga dan famili dimanapun berada.
- Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA, selaku Rektor di Universitas Medan Area.

- Bapak Drs. H. M. Husni Thamrin Nasution, MSI, selaku Dekan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
- Bapak Drs. H. Irwan Nasution. SPd. MAP, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Negara di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
- Bapak Drs. Usman Tarigan, MS, selaku Dosen Pembimbing I Penulis.
- Bapak Drs. Irfan Simatupang, MSI, selaku Dosen Pembimbing II Penulis.
- Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Administrasi di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
- Bapak Haris Razali, selaku Dealer Petronas Service Station Setia Budi.
- Bapak Tri Buana, selaku Head Operation Petronas Service Station Setia Budi.
- Bapak Ibnu Aulia dan Ibu Rizky Nadila, serta semua rekan-rekan kerja di Petronas Service Station Setia Budi.
- Semua sahabat penulis, Abange', Surya, dan M.Ghazali Irawan (abangda tersayang).
- Semua rekan-rekan mahasiswa stambuk 2005 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Ilmu Administrasi Negara, Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi.

Demikianlah penulis sampaikan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dan kesempurnaan skripsi ini dari semua pembaca karena penulis menyadari akan keterbatasan dan kemampuan penulis.

Medan, April 2009

Penulis



DEVI OKTAVINA
NPM : 05 850 0019

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR GRAFIK.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Pembatasan Masalah.....	4
D. Tujuan dan Mafaat Penelitian.....	5
E. Kerangka Pikiran.....	5
F. Hipotesis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Pengertian Kebijakan.....	9
B. Kebijakan Operasional Pelayanan Yang Diterapkan....	12
C. Pengertian Pelayanan.....	17
D. Dasar – Dasar Pelayanan.....	19
E. Ciri – Ciri Pelayanan Yang Baik.....	20
F. Menilai Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25

	A. Populasi dan Sampel.....	25
	B. Metode Pengumpulan Data.....	26
	C. Variabel dan Defenisi Operasional.....	27
	D. Metode Analisis Data.....	29
BAB IV	DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN.....	30
	A. Asal Mula Petronas.....	30
	B. Sejarah Petronas Service Station Setia Budi Jalan RingRoad Arteri No.99 Medan.....	31
	C. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	33
BAB V	ANALISIS DAN EVALUASI.....	38
	A. Pengantar Penelitian.....	38
	B. Hambatan Kebijakan Operasional Petronas Dalam Meningkatkan Pelayanan Pelanggan Pengguna BBM.....	66
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
	A. Kesimpulan.....	68
	B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Struktur Organisasi Petronas Service Station Setia Budi	
Jalan RingRoad Arteri No.99 Medan.....	37
2. Pengamatan Secara Langsung Kegiatan Petronas Service	
Setia Budi Jalan RingRoad Arteri No.99 Medan.....	44



DAFTAR GRAFIK

	Halaman
1. Grafik Penjualan BBM Petronas Service Station Setia Budi Jalan RingRoad Arteri No.99 Medan (Bulan – Tahun).....	39



DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Tabel Penjualan Primax 92 & Diesel Petronas Service Station Setia Budi Jalan RingRoad Arteri No.99 Medan, Bulan Januari 2008.....	42
2. Jenis Kelamin Responden Untuk Variabel Y.....	52
3. Tingkat Pendidikan Responden Untuk Variabel Y.....	52
4. Usia Responden Untuk Variabel Y.....	53
5. Variabel Terikat (Y) Kebijakan Operasional Petronas Tabel I.....	54
6. Variabel Terikat (Y) Kebijakan Operasional Petronas Tabel II.....	54
7. Variabel Terikat (Y) Kebijakan Operasional Petronas Tabel III.....	55
8. Variabel Terikat (Y) Kebijakan Operasional Petronas Tabel IV.....	56
9. Variabel Terikat (Y) Kebijakan Operasional Petronas Tabel V.....	56
10. Variabel Terikat (Y) Kebijakan Operasional Petronas Tabel VI.....	57
11. Variabel Terikat (Y) Kebijakan Operasional Petronas Tabel VII.....	58
12. Jenis Kelamin Responden Untuk Variabel X.....	59
13. Tingkat Pendidikan Responden Untuk Variabel X.....	59
14. Usia Responden Untuk Variabel X.....	60
15. Variabel Bebas (X) Pelayanan Pelanggan Pengguna BBM Tabel I.....	60
16. Variabel Bebas (X) Pelayanan Pelanggan Pengguna BBM Tabel II.....	61
17. Variabel Bebas (X) Pelayanan Pelanggan Pengguna BBM Tabel III.....	62
18. Variabel Bebas (X) Pelayanan Pelanggan Pengguna BBM Tabel IV.....	62
19. Variabel Bebas (X) Pelayanan Pelanggan Pengguna BBM Tabel V.....	63

20. Variabel Bebas (X) Pelayanan Pelanggan Pengguna BBM Tabel VI.....	64
21. Variabel Bebas (X) Pelayanan Pelanggan Pengguna BBM Tabel VII....	64
22. Variabel Bebas (X) Pelayanan Pelanggan Pengguna BBM Tabel VII.....	65



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap instansi yang bergerak di bidang swasta, baik besar maupun kecil dalam menjalankan suatu kegiatan usaha mempunyai tujuan yaitu untuk mencapai target yang telah ditentukan, dimana untuk mencapai target tersebut setiap instansi harus dapat memberikan semua fasilitas pelayanan yang dimiliki dan adanya kerjasama yang baik diantara anggota organisasi. Dalam hal ini, kerjasama tersebut merupakan peranan penting di dalam organisasi, maka harus diperhatikan bagaimana kerjasama itu dapat terlaksana dengan baik dan benar dengan menetapkan kebijakan operasional perusahaan.

Perusahaan yang sedang menjalankan kegiatan usaha bertujuan untuk mencari keuntungan yang besar agar masa depan perusahaan tersebut dapat terjamin dengan baik. Usaha yang dapat dilakukan yaitu dengan berbagai cara antara lain: memberikan fasilitas-fasilitas yang lengkap, memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan, memperbaiki mutu dan kualitas produk barang, menetapkan tingkat harga yang wajar dan melaksanakan kebijakan operasional baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga produk barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan tersebut dapat diminati dan diterima oleh masyarakat, konsumen dan para pelanggan.

Sebagaimana telah diketahui sebelumnya, bahwa tidak ada satupun perusahaan yang akan mampu bertahan apabila perusahaan tersebut tidak dapat memasarkan atau menjual barang-barang dan jasa yang dihasilkannya, perusahaan tersebut juga tidak akan berjalan dengan baik dan lancar dan akan mengalami kegagalan dalam dalam

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)12/8/24

menjalankan suatu kegiatan usaha. Ini menunjukkan bahwa sangat penting peranan pemasaran dalam menentukan kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Perusahaan yang sedang berorientasi pada pasar, penjual tidak hanya memproduksi dan mencapai standart yang telah ditetapkan/ ditentukan oleh perusahaan, melainkan harus memenuhi semua kebutuhan dan keinginan konsumen, artinya apapun yang menjadi kebutuhan konsumen harus dapat terpenuhi oleh perusahaan dengan sebaik mungkin. Perusahaan yang ingin maju dan berkembang harus bisa mengolah orientasinya dari produk ke bidang pasar, dan tidak boleh bersifat pasif atau hanya menunggu pelanggan datang, melainkan harus bersifat aktif dalam memasarkan atau menjual barang-barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

Dengan demikian perusahaan tersebut perlu memanfaatkan kesempatan dan peluang yang ada dengan menggunakan suatu kebijakan. Adapun kebijakan pemasaran yang perlu diperhatikan dalam mengambil pembeli yang potensial adalah kebijakan produk, harga promosi dan distribusi barang dan jasa. Agar kebijakan pemasaran tersebut dapat berjalan baik serta target yang diinginkan oleh pasar tercapai pada periode tertentu maka perlu :

1. Membuat suatu program perencanaan dalam bidang pemasaran
2. Membuat suatu pengarahan pelaksanaan kegiatan dalam bidang pemasaran
3. Menjalankan berbagai macam pengawasan dalam bidang pemasaran

Kebijakan pemasaran pada perusahaan merupakan sebahagian kegiatan-kegiatan / aktivitas-aktivitas yang dilakukan dalam bidang kebijakan oprasional pelayanan pelanggan dan merupakan alat untuk meningkatkan pendapatan penjualan pada

perusahaan sehingga kelangsungan hidup dan usaha mencapai tingkat pertumbuhan perusahaan dapat dipertahankan dengan baik.

Sebagai objek penelitian ini adalah Petronas Service Station Setia Budi (SPBU) Jl. RingRoad Arteri No.99 Medan yang dalam operasionalnya melakukan kebijakan-kebijakan. Dikarenakan produk barang yang dijadikan sumber pendapatan perusahaan terbatas yaitu BBM, maka dalam kajian ini kebijakan tersebut menyangkut kebijakan pelayanan pelanggan/ konsumen yang dapat digolongkan pada kebijakan pemasaran yang dilakukan perusahaan.

Ada beberapa kendala yang ditemukan pada waktu penelitian pendahuluan pada perusahaan, khususnya dalam operasional perusahaan, diantaranya adalah kebijakan yang diterapkan belum mampu menghadapi persaingan antara sesama SPBU, kurangnya minat masyarakat untuk membeli/menggunakan BBM dikarenakan harga yang diberikan tidak di subsidi oleh pemerintah, padahal kualitas yang di berikan dari BBM di Petronas jauh lebih baik serta mengarahnya pandangan masyarakat kepada SPBU yang dikelola oleh BUMN. Ini merupakan beberapa kendala dalam peningkatan pendapatan perusahaan sehingga sangat diperlukan kebijakan operasional tersebut guna meningkatkan pendapatan pada perusahaan.

Melihat sangat pentingnya kebijakan operasional pelayanan pelanggan untuk meningkatkan pendapatan perusahaan, maka penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian dan menuangkannya dalam tulisan ilmiah berupa skripsi dengan judul : **“Kebijakan Operasional Petronas Dalam Meningkatkan Pelayanan Pelanggan Pengguna BBM (Studi Kasus di Petronas Service Station Setia Budi Jl. RingRoad Arteri No.99 Medan)”**.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)12/8/24

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah adalah mencari sesuatu dalam rangka perumusan akademis seseorang, memusatkan perhatian serta keingintahuan seseorang akan hal-hal yang baru, meletakkan dasar untuk memecahkan beberapa penemuan penelitian sebelumnya ataupun dasar untuk penelitian selanjutnya, memenuhi keinginan sosial dan menyediakan sesuatu yang bermanfaat (Moh Nazir, 1983:134)

Jadi masalah tersebut merupakan sesuatu yang harus dipecahkan bila menginginkan sesuatu yang diharapkan atau yang di inginkan dapat terwujud dan juga merupakan suatu kumpulan permasalahan dalam kehidupan manusia yang pemecahannya dapat ditemukan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis membuat perumusan masalah yaitu :

“Bagaimana kebijakan operasional petronas dalam meningkatkan pelayanan pelanggan pengguna BBM (studi kasus di Petronas Service Station Setia Budi Jalan RingRoad Arteri No.99 Medan?)”.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah adalah usaha untuk menetapkan batasan-batasan dari penelitian yang akan diteliti. Faktor mana yang termasuk dan faktor mana yang tidak termasuk dalam ruang lingkup masalah penelitian (Usman Dan Akbar, 2003:23). Dalam melaksanakan penelitian, penulisan skripsi ini hanya dibatasi pada bidang kebijakan operasional petronas dalam meningkatkan pelayanan pelanggan pengguna BBM (studi kasus di Petronas Service Station Setia Budi Jalan RingRoad Arteri No.99 Medan). Karena dengan melalui kebijakan operasional tersebut maka perusahaan dapat

menetapkan berbagai perencanaan-perencanaan yang matang, melalui sistem pelayanan dan memberikan fasilitas yang lengkap kepada pelanggan sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana kebijakan operasional petronas dalam meningkatkan pelayanan pelanggan pengguna BBM (studi kasus di Petronas Service Station Setia Budi Jalan RingRoad Arteri No.99 Medan).
2. Untuk mengetahui apakah dengan pelayanan yang diberikan oleh petronas kepada pelanggan pengguna BBM dapat meningkatkan pendapatan perusahaan (studi kasus di Petronas Service Station Setia Budi Jalan Ringroad Arteri No.99 Medan).

Sedangkan yang menjadi manfaat penelitian ini adalah untuk memberikan pandangan kepada penulis bagaimana sebenarnya kebijakan operasional petronas dalam meningkatkan pelayanan pelanggan pengguna BBM (studi kasus di Petronas Service Station Setia Budi Jalan RingRoad Arteri No.99 Medan) diambil, selanjutnya hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi organisasi perusahaan dalam upaya meningkatkan pelayanan kepada pelanggan pengguna BBM.

E. Kerangka Pemikiran

Dalam penulisan karya ilmiah, landasan atau kerangka pemikiran merupakan suatu yang mutlak karena dengan adanya kerangka pemikiran akan dapat digambarkan secara sepiantas hal-hal yang melandasi penulisan karya ilmiah ini. Kerangka pemikiran

adalah penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan. Kerangka berpikir disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil yang relevan (Usman dan Akbar, 2003:33).

Menurut Carl J. Friedrich, kebijakan adalah serangkaian konsep tindakan yang diusulkan oleh seorang atau sekelompok orang atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu dengan menunjukkan hambatan-hambatan dan peluang, terhadap pelaksanaan usulan tersebut dalam rangka mencapai tujuan tertentu (Said Zainal Abidin, 2004:20-21).

Hugh Heglo, kata Said, menyebutkan kebijakan sebagai suatu tindakan yang bermaksud mencapai tujuan (goal, end) tertentu (a course of action intended to accomplish some end) (Said Zainal Abidin, 2004:22-24). Dalam penerapan kebijakan, pada dasarnya dilakukan dengan analisis kebijakan. Analisis kebijakan adalah aktivitas menciptakan pengetahuan tentang dan dalam proses pembuatan (William N. Dunn, 2000:01).

Dalam menciptakan pengetahuan tentang proses pembuatan kebijakan, analisis kebijakan meneliti sebab, akibat, dan kinerja kebijakan. Karena efektivitas pembuatan kebijakan sangat tergantung pada akses terhadap stock pengetahuan yang tersedia, maka komunikasi dan penggunaan analisis kebijakan menjadi sangat penting dalam praktek dan teori pembuatan kebijakan.

Dikarenakan objek dari penelitian ini adalah sebuah perusahaan yaitu Petronas Service Station Setia Budi (SPBU) Jl. RingRoad Arteri No.99 Medan, maka kebijakan operasional yang dimaksudkan disini adalah kebijakan perusahaan atau business policy yaitu merupakan suatu cabang ilmu pengetahuan atau seni berusaha baru yang penting

dan perlu diketahui oleh siapa saja yang berminat terhadap pengelolaan perusahaan secara efektif dan efisien (Sukanto Reksohadiprodjo, 1999:01).

Kebijakan perusahaan merupakan pemanfaatan, sebagai suatu sistem keseluruhan, ilmu ekonomi perusahaan beserta cabang-cabangnya, seperti manajemen, pemasaran, produksi, personalia, pembelanjaan, dan administrasi akuntansi untuk menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi di dalam suatu perusahaan. Seperti diketahui suatu perusahaan didirikan orang sebagai suatu organisasi dimana berbagai sumber daya dimanfaatkan atau dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan manusia dan bertujuan untuk memperoleh keuntungan.

Bagaimanapun juga sebelum melakukan atau menjalankan suatu kebijakan operasional perusahaan, para pengusaha harus melihat faktor intern maupun ekstern perusahaan. Selain itu, setelah mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, perusahaan harus menggariskan tujuan yang telah dicapai serta strategi dasar yang akan dilaksanakan, kemudian menetapkan kebijakan dalam perusahaan.

F. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau dugaan yang dianggap benar, tetapi masih perlu dibuktikan.

Pengertian hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Arikunto, 2002:71). Menurut Kartini Kartono, hipotesis adalah masih berisikan jawaban bersifat sementara dari suatu kegiatan penelitian, kebenarannya harus diutarakan dari suatu

kegiatan melalui riset dan hipotesis itu akan diterima jika faktanya benar (Kartini Kartono, 1990:70).

Menurut Winarno Surakhmad, hipotesis adalah suatu jawaban, dugaan yang dianggap besar kemungkinan untuk menjadi jawaban yang benar (Winarno Surakhmad, 1990:23).

Adapun hipotesis yang diberikan atas permasalahan yang diajukan adalah :

“Apabila kebijakan operasional berisikan kualitas dan mutu serta pelayanan terhadap pelanggan pengguna BBM, maka pendapatan di Petronas Service Station Setia Budi Jl. RingRoad Arteri No.99 Medan akan dapat ditingkatkan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Kebijakan

Kajian tentang kebijakan dalam arti yang luas sebagai usaha pengadaan informasi yang diperlukan untuk menunjang proses pengambilan kebijakan telah ada sejak manusia mengenal organisasi dan tahu arti keputusan. Kajian ini dilakukan mulai dari cara yang paling sederhana dan irasional sampai dengan cara-cara yang bersifat kombinasi kuantitatif dan kualitatif sekarang ini. Akan tetapi sebagai suatu disiplin tersendiri ilmu kebijakan baru diakui kehadirannya sesudah Perang Dunia II.

Setiap proses membentuk kebijakan adalah hasil dari suatu proses pengambilan suatu keputusan. Dimana sebenarnya proses pengambilan keputusan itu adalah suatu proses memilih di antara beberapa alternatif atau paradigma yakni pikiran-pikiran yang akhirnya ditetapkan sebagai kebijakan. Dalam pemilihan alternatif itu terkait soal pembagian atau distribusi, maksudnya ialah distribusi pelayanan kepentingan.

Kata “kebijakan”(policy) umumnya di pakai untuk menunjukkan pilihan terpenting yang di ambil baik dalam kehidupan organisasi atau privat...”Kebijakan” bebas dari konotasi yang di cakup dalam kata politis (political) yang sering kali di yakini mengandung makna “keberpihakan” dan “korupsi” (Lasswell, 1951:05).

Pengertian kebijakan oleh Poerwadarminta dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia adalah sebagai berikut :

1. hal bijaksana; kepandaian menggunakan akal budinya (pengalaman dan pengetahuannya);

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)12/8/24

2. pimpinan dan cara bertindak (mengenai pemerintahan, perkumpulan, organisasi dan sebagainya);
3. kecakapan bertindak bila menghadapi orang lain (kesulitan dan sebagainya) (W.J.S.Poerwadarminta, 1984).

Dalam literatur yang mengupas tentang kebijakan ditemukan bermacam-macam defenisi dari para ahli mengenai pengertian kebijakan, oleh Lasswell dan Kaplaen menyebutkan bahwa kebijakan merupakan sebagai sarana untuk mencapai tujuan, menyebutkan kebijakan sebagai suatu program yang di proyeksikan berkenaan dengan tujuan, nilai, dan praktek.

Jones merumuskan kebijakan sebagai “...behavioral consistency and repeatitiveness associated with efforts in and through government to resolve public problems” (perilaku yang tetap dan berulang dalam hubungan dengan usaha yang ada di dalam dan melalui pemerintah untuk memecahkan masalah umum). Definisi ini memberi makna bahwa kebijakan itu bersifat dinamis – ini akan dibicarakan secara khusus dalam bagian lain, dalam hubungan dengan sifat dari kebijakan.

Menurut Amara Raksasataya, kebijakan adalah suatu taktik dan strategi yang diarahkan untuk mencapai suatu tujuan. Ada 3 unsur dalam kebijakan menurut Amara, antara lain yaitu:

1. Identifikasi tujuan yang akan dicapai
 2. Strategi untuk mencapainya (Apa yang dimaksud dengan strategi?)
 3. Penyediaan berbagai input atau masukan yang memungkinkan pelaksanaannya
- (Said Zainal Abidin, 2004).

Menghubungkan pengertian kebijakan terhadap pelaksanaan penelitian ini amatlah sulit karena sedikitnya ruang lingkup kebijakan itu sendiri. Tetapi pada dasarnya dari tujuan pelaksanaan penelitian ini maka dapat dibuat sebuah batasan pengertian kebijakan bahwa kebijakan yang dimaksudkan dalam tulisan ini adalah kebijakan yang lebih mengarah kepada tepat tidaknya kebijakan yang di terapkan. Untuk hal yang demikian maka perlu diadakan analisis kebijakan.

William N. Dunn, mengemukakan bahwa analisis kebijakan adalah suatu disiplin ilmu sosial terapan yang mengemukakan berbagai macam metode penelitian dan argumen untuk menghasilkan dan memindahkan informasi yang relevan dengan kebijakan, sehingga dapat dimanfaatkan ditingkat politik dalam rangka memecahkan masalah-masalah kebijakan (William N. Dunn, 2000).

Dunn, membedakan 3 bentuk utama analisis kebijakan, yaitu:

1. Analisis Kebijakan Prosfektif.

Analisis kebijakan profektif yaitu yang berupa produksi dan transformasi informasi sebelum aksi kebijakan dimulai dan di implementasikan.

2. Analisis Kebijakan Retrospektif

Analisis kebijakan retrospektif adalah sebagai penciptaan dan transformasi informasi sesudah aksi kebijakan dilakukan

3. Analisis Kebijakan yang Terintegrasi

Analisis kebijakan yang terintegrasi adalah merupakan bentuk analisis yang mengkombinasikan gaya operasi para praktisi yang menaruh perhatian pada penciptaan dan transformasi informasi sebelum dan sesudah tindakan kebijakan diambil (Dunn, 2000:117).

Kebijakan perusahaan adalah ketentuan-ketentuan yang ditetapkan oleh Direksi sebagai pegangan manajemen dalam melaksanakan kegiatan usaha yaitu :

- Pengembangan kemitraan yang berfokus kepada customer value dan customer satisfaction.
- Pengalihan kegiatan yang bukan core bisnis menjadi anak perusahaan.
- Penerapan sistem pentarifan yang berfokus kepada customer value, customer satisfaction dan mendorong produktivitas kerja di Pelabuhan.
- Pembangunan/pemeliharaan pelabuhan didasarkan pada rencana induk pelabuhan, yang harus disesuaikan dengan perkembangan hinterland dan tuntutan teknologi.
- Peningkatan pengendalian pelaksanaan Sispro dan pemenuhan kebutuhan fasilitas dan peralatan serta penerapan ISPS Code.
- Perubahan struktur organisasi yang lebih terfokus pada kepentingan pelanggan.

B. Kebijakan Operasional Pelayanan Yang Diterapkan Dalam Meningkatkan Pelanggan Pengguna BBM

Sebagaimana umumnya perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran, maka kebijakan operasional yang diterapkan perusahaan tersebut disesuaikan dengan spesifikasi jenis perusahaan serta produk yang dipasarkan kepada masyarakat.

Pada Petronas Service Station Setia Budi Jalan RingRoad Arteri No.99 Medan yang merupakan perusahaan penyalur bahan bakar primax 92 atau sejenis pertamax dan ado diesel atau automethic diesel oil serta oli syntium yang di produksi oleh petronas melakukan upaya-upaya kebijakan operasional pelayanan dalam meningkatkan pelanggan pengguna BBM, antara lain yaitu :

1. Kebijakan ketepatan waktu dalam bekerja

Kebijakan ketepatan waktu dalam bekerja merupakan suatu yang paling utama dan harus dilakukan oleh setiap karyawan, dimana dengan bekerja tepat waktu maka pekerjaan yang dilakukan akan berjalan dengan baik. Sebaliknya, apabila bekerja tidak tepat pada waktunya maka hasil yang diperoleh selama kita bekerja tidak akan berjalan dengan baik.

2. Kebijakan kebersihan dan kerapian dalam berpakaian

Kebijakan kebersihan dan kerapian dalam berpakaian di lingkungan Petronas Service Station Setia Budi Jalan RingRoad Arteri NO.99 Medan merupakan suatu hal yang mutlak, karena dengan kebersihan dan kerapian berpakaian maka akan tercermin keseragaman dalam berpakaian dari para karyawan dan pegawai dan juga akan tampak suatu sistem kekompakan kerja, dan akan menciptakan semangat dalam bekerja, dan dengan adanya kebersihan serta kerapian dalam berpakaian maka karyawan akan merasakan bahwa mereka diikat dalam suatu lingkungan kerja serta memberikan motivasi pada mereka dalam meningkatkan produktivitas dalam bekerja.

3. Kebijakan kedisiplinan dalam bekerja

Kebijakan kedisiplinan dalam bekerja merupakan kebijakan yang diberikan perusahaan terhadap karyawan, dimana disiplin dalam bekerja adalah kewajiban yang harus dilakukan oleh karyawan agar tercipta suatu keberhasilan dalam bekerja guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Dengan disiplin bekerja maka karyawan akan merasa bertanggung jawab dalam pekerjaannya dan menjadi suatu tuntutan yang harus di laksanakan. Dan apabila kedisiplinan dalam bekerja itu tidak di laksanakan dengan baik oleh karyawan maka karyawan tersebut tidak

dapat bekerja sebagaimana mestinya, artinya karyawan belum dapat bekerja dengan baik di perusahaan tersebut.

4. Kebijakan bersikap dan berperilaku baik dalam bekerja

Kebijakan bersikap dan berperilaku baik di dalam bekerja mencerminkan bagaimana sikap dan perilaku karyawan tersebut apakah baik atau tidak terhadap perusahaan ataupun pelanggan/ customer. Dimana dengan sikap dan perilaku yang baik yang dimiliki oleh setiap karyawan/pegawai maka dapat memberikan dampak positive bagi pelanggan yang datang dan cenderung memberikan kesan yang baik terhadap pelanggan yang datang. Tapi apabila sikap dan perilaku tidak dilakukan dengan baik maka akan berdampak negative bagi perusahaan khususnya pelanggan yang datang, dan cenderung berdampak buruk untuk kemajuan perusahaan. Oleh karena itu dengan memberikan sikap dan perilaku baik dalam bekerja maka akan menjadikan perusahaan lebih maju dan berkembang dan diminati oleh pelanggan yang datang..

5. Kebijakan operasional perusahaan pelayanan 24 jam

Dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan bahan bakar minyak serta semakin berkembangnya perekonomian masyarakat maka kondisi pelaksanaan operasional perusahaan memberikan pelayanan buka 24 jam. Dengan pelayanan buka 24 jam maka kebutuhan masyarakat akan bahan bakar minyak akan terpenuhi dengan baik dan akan dapat menambah pemasukan pendapatan pada perusahaan.

6. Kebijakan keaslian dan kemurnian BBM dijaga (mutu dan kualitas)

Suatu hal yang utama bagi pelanggan untuk tetap setia dalam memilih produk yaitu terhadap mutu dan kualitas produk tersebut. Artinya apa yang menjadi kebutuhan pelanggan harus diberikan dengan mutu dan kualitas yang bagus pula. Kita dapat

melihat secara langsung bagaimana pelanggan akan berpindah dari suatu produk ke produk yang lainnya apabila produk yang mereka miliki tidak memberikan suatu kualitas yang baik. Demikian juga halnya bahan bakar minyak yang di pasarkan pada SPBU ini, tingkat keaslian dan kemurnian sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan tingkat keaslian dan kemurnian yang sangat baik maka pelanggan akan tetap menjadi langganan di Petronas Service Station Setia Budi Jalan RingRoad Arteri No.99 Medan. Sebaliknya jika bahan bakar minyak tersebut tidak dijamin keaslian dan kemurniannya, maka pelanggan cenderung berpaling ke SPBU lain, karena selain merugikan mereka juga berpengaruh besar terhadap kerusakan kendaraan mereka. Oleh karena itu suatu produk atau bahan bakar minyak harus dijaga keaslian dan kemurniannya ataupun mutu dan kualitasnya sehingga pelanggan tetap setia untuk membeli dan pendapatan perusahaan pun meningkat.

7. Kebijakan kesejahteraan karyawan

Sisi lain yang sangat penting dalam mendukung operasional perusahaan adalah sumber daya manusia yang menjalankan usaha tersebut. Meskipun fasilitas dan sarana serta prasarana telah dimiliki secara lengkap oleh suatu badan usaha tetapi apabila keadaan karyawannya tidak diperhatikan, maka operasional perusahaan tidak akan berjalan secara maksimal. Karyawan adalah ujung tombak bagi berjalannya usaha tersebut, dimana mereka bekerja dengan hati yang ikhlas dengan mengharapkan gaji yang akan dapat dan mampu meningkatkan kesejahteraannya. Kondisi inilah yang melandasi perusahaan menerapkan kebijakan di bidang peningkatan kesejahteraan karyawan itu sendiri. Pelaksanaan peningkatan kesejahteraan dilakukan dengan memberikan bonus apabila pendapatan penjualan melebihi target penjualan, uang

lembur karyawan, uang cuti karyawan, tunjangan hari raya dan lain sebagainya yang diberikan secara lengkap oleh perusahaan.

8. Kebijakan kesehatan, keselamatan kerja dan lingkungan

Pada perusahaan ini bertekad untuk senantiasa mengutamakan aspek kesehatan, keselamatan kerja dan lingkungan dalam setiap aktivitasnya. Perusahaan juga akan mengambil langkah-langkah yang beralasan dan dapat diterapkan untuk mencegah dan menghindari resiko kecelakaan, gangguan kesehatan dan kerusakan harta benda. Perusahaan ini juga akan mengambil langkah-langkah proaktif untuk pemeliharaan dan pengelolaan lingkungan. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan akan memastikan bahwa semua fasilitas yang dirancang, dibangun dan dioperasikan, serta produk-produk yang didistribusikan dan pelayanan yang diberikan telah memenuhi peraturan perundangan, standar, dan praktek industri. Perusahaan akan menyediakan sumber, organisasi, sistem dan pelatihan serta akan menyampaikan kepada semua karyawan, para kontraktor, pelanggan, pemasok dan kepada public mengenai kesehatan, keselamatan kerja, dan lingkungan. Perusahaan juga akan memastikan bahwa tersedia prosedur kontigensi dan tetap dijaga untuk menghadapi keadaan darurat serta secara berkala akan mengevaluasi sistem manajemen kesehatan, keselamatan kerja dan lingkungan (K3L) serta penerapannya untuk memastikan pembaharuan yang berkesinambungan. Perusahaan mengharapkan agar semua karyawan dapat senantiasa mematuhi kebijakan ini.

C. Pengertian Pelayanan

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan langsung dengan pelanggan. Menurut W.J.S. Poerwadarminta dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia mengatakan bahwa pengertian dari pelayanan yaitu “ Pelayanan berasal dari kata layan, penambahan unsur imbuhan pe (r) memberikan arti bahwa pelayanan adalah perbuatan (cara hal yang sebagainya) melayani ; misalnya cepat dan memuaskan, layanan, perlakuan; misalnya selama ini mereka tidak mendapat yang semestinya (W.J.S. Poerwadarminta, 1984:458).

Pelayanan dalam pembahasan skripsi ini adalah suatu sikap organisasi yang dalam perannya adalah bersifat melayani. Dengan kata lain bahwa sifat pelayanan adalah merupakan aktivitas melayani bagi kepentingan masyarakat banyak. Dalam sikap melayani perusahaan (organisasi) tersebut tidak dapat berdiri sendiri tetapi harus didukung oleh suatu konsep yang sejalan dari usaha pelayanan yang diberikannya, dan harus ditopang juga oleh sistem keorganisasian yang baik.

Konsep pelayanan yang menguntungkan adalah pelayanan yang diberikan karena sikap atau tujuan suatu organisasi tersebut adalah untuk memberikan pelayanan dan keuntungan bagi bergerakinya organisasi perusahaan. Jadi konsep melayani dalam hal ini berbeda dengan konsep yang dianut oleh masyarakat luas terutama dalam tujuan pekerjaan melayani.

Suatu individu atau kelompok orang dalam membuat pekerjaan melayani tanpa dimaksudkan untuk mencari sesuatu kepentingan atas sikap pelayanan tersebut. Berbeda

dengan suatu organisasi yang bergerak untuk mencari keuntungan, sikap melayani disini dituangkan dalam suatu konsep bahwa ada sekelompok orang (individu) yang membutuhkan pelayanan yang diberikan suatu organisasi (perusahaan) dimana pelayanan yang diberikan perusahaan (organisasi) juga dimaksudkan untuk membiayai kelangsungan hidup organisasi (perusahaan) tersebut. Maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa pemberian pelayanan tidak lain seperti menjual jasa.

Pelayanan merupakan rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramah-tamahan dan kemudahan fasilitas yang lengkap dalam memenuhi kebutuhan/keinginan mereka. Pada perusahaan jasa, pelayanan merupakan strategi dimana untuk merebut pangsa pasar dalam menghadapi persaingan perdagangan bebas. Hal ini dikarenakan dengan memberikan pelayanan yang baik serta berkualitas kepada konsumen, maka konsumen akan merasa mendapat kepuasan dan dihargai, sehingga konsumen akan tetap merasa senang untuk tetap menjadi pelanggan perusahaan.

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan merupakan tujuan utama, karena pelayanan yang dikerjakan secara profesional akan memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan dan nama baik perusahaan. Jika pelayanan diabaikan maka bisa menimbulkan rasa tidak puas dipihak pelanggan dan hal ini akan jelas merugikan pihak perusahaan.

Pelayanan adalah suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung (H.A.S. Moenir, 1992:16). Sedangkan menurut R.G. Soekadijo menyatakan bahwa pelayanan adalah pelayanan jasa yang penyajiannya disertai keramah-tamahan yang menyenangkan untuk para pelanggan, dan sebagai suatu yang menyenangkan merupakan daya tarik, dengan demikian keramah-tamahan dapat

mengangkat pemberian jasa menjadi suatu atraksi bagi calon pelanggan (R.G.Soekadijo, 1996:188).

Memberikan pelayanan yang baik kepada orang lain pada hakekatnya menunjukkan perasaan senang kepada orang lain. Memuaskan pelanggan sebenarnya adalah memuaskan kebutuhan-kebutuhan mereka. Sebagai seorang pemberi pelayanan maka dihadapkan pada tantangan untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Selanjutnya Soetjipto menyatakan tentang kualitas pelayanan (service quality) dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima, service quality dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar bisa diterima (Budi W. Soetjipto, 1997:18).

Kualitas pelayanan menurut pernyataan diatas merupakan sebuah perbandingan akan kenyataan dan harapan yang diperoleh pelanggan, apakah sesuai yang mereka inginkan dan mereka harapkan. Jika sesuai dengan yang mereka inginkan, maka dapat dikatakan bahwa pelayanan tersebut berkualitas baik.

Dapat diambil kesimpulan bahwa jasa pelayanan merupakan suatu aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual, karena dalam prakteknya hampir semua bisnis berkaitan dengan pelayanan, baik itu bisnis jasa atau bukan.

D. Dasar-Dasar Pelayanan

Seorang pemberi pelayanan pada suatu perusahaan (organisasi) dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan. Dimana mereka harus memiliki dasar-dasar pelayanan, pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika mereka dibekali

pengetahuan tentang dasar-dasar pelayanan yang sesuai dengan dengan bidang pekerjaannya, termasuk kemampuannya menguasai pengetahuan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan dan produk yang ditawarkan.

Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti oleh seorang pelayan/karyawan, antara lain yaitu:

- Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih
- Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
- Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal
- Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan
- Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar
- Semangat dalam melayani pelanggan dan tunjukkan kemampuannya
- Jangan menyela atau memotong pembicaraan
- Mampu meyakinkan pelanggan serta dapat memberikan kepuasan (Kasmir, 2006)

Di dalam dunia bisnis yang penuh persaingan pada perusahaan-perusahaan yang besar dituntut untuk selangkah lebih maju dibandingkan dengan pesaingnya. Untuk itu setiap perusahaan berusaha meningkatkan mutu dan kualitas produk barang dan jasa yang diberikan dari pelayanan perusahaan tersebut. Dengan pelayanan yang baik akan menciptakan jasa yang bermutu dan dengan mutu pelayanan yang baik tersebut maka pendapatan penjualan pada perusahaan akan terus meningkat.

E. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik

Pengertian pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (Repository.uma.ac.id)12/8/24

standar yang telah ditetapkan. Pelayanan yang baik harus didukung oleh sarana dan prasarana yang dimiliki oleh perusahaan, dimana ketersediaan dan kelengkapan sarana dan prasarana yang oleh perusahaan semata-mata untuk mempercepat pelayanan serta meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan.

Pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus dilakukan oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan, antara lain:

- Tersedianya karyawan yang baik
- Tersedianya sarana dan prasarana yang baik
- Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai
- Mampu melayani secara cepat dan tepat
- Mampu berkomunikasi dengan baik
- Memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik
- Berusaha memahami kebutuhan pelanggan
- Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan (Kasmir, 2006).

Dalam melayani pelanggan, sebaiknya seorang karyawan mampu memahami dan mengerti akan sifat-sifat masing-masing pelanggannya. Hal ini disebabkan masing-masing pelanggan memiliki sifat-sifat yang berbeda. Perbedaan sifat-sifat pelanggan disebabkan misalnya karena perbedaan pada daerah asal (suku), agama, pendidikan, pengalaman, adapt istiadat, perilaku, dan budaya.

Untuk lebih jelasnya, berikut ini sifat-sifat pelanggan yang harus dikenal agar mampu memberikan pelayanan yang baik, antara lain yaitu:

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

- Pelanggan ingin dianggap sebagai raja
- Ingin dipenuhi semua kebutuhannya
- Tidak ingin didebat dan tidak ingin disinggung
- Pelanggan ingin diperhatikan
- Pelanggan ingin selalu dipuji
- Pelanggan merupakan sumber pendapatan perusahaan

F. Menilai Tingkat Kepuasan Pelanggan

Garperz mendefinisikan pelanggan sebagai berikut : “ pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan oleh karena itu akan memberikan pengaruh pada kinerja atau performance perusahaan (Garperz Vincent, 1997:47).

Agar suatu perusahaan dapat berhasil dalam menjalankan kegiatan usahanya, maka perusahaan tersebut memerlukan filosofi baru dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dalam hal ini perusahaan harus dapat memberikan motivasi dan dukungan kerja pada karyawan, disamping itu karyawan juga harus dapat memuaskan para pelanggannya dengan memberikan pelayanan dan memenuhi semua kebutuhan pelanggan. Pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan. Dengan demikian pelanggan merasa puas akan pelayanan yang diberikan perusahaan.

Pelayanan pelanggan yang baik penting bagi semua perusahaan, dan menyediakan pelayanan terhadap pelanggan yang baik tidak sulit jika karyawan menetapkan 7 ketentuan dasar berikut ini :

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)12/8/24

1. Menyediakan pelayanan yang berkualitas
2. Mengetahui produk dan mengetahui pelanggan
3. Memperlakukan dengan sopan santun dan rasa hormat
4. Tidak pernah berbantahan dengan seorang pelanggan
5. Jangan meninggalkan pelanggan dalam posisi menggantung
6. Selalu menyediakan apa yang diinginkan pelanggan
7. Membuatnya mudah untuk membeli (Agus Suryana, 2007:39).

Pentingnya suatu strategi pelayanan yang saling berhubungan sekarang ini merupakan faktor penting dalam mencapai sukses. Dalam mempertahankan pelanggan, terdapat strategi/cara yang kokoh untuk menahan pelanggan jangka panjang dan pelanggan baru datang mendekat, antara lain yaitu:

- a. Memberikan bingkisan / penghargaan atau ucapan terima kasih kepada pelanggan setia
- b. Memberikan potongan harga / discount kepada pelanggan setia pada setiap pembelian dalam jumlah yang cukup besar
- c. Memberikan pelayanan yang lebih baik sehingga pelanggan merasa puas

Mempertahankan pelanggan sangat diperlukan oleh perusahaan, oleh karena itu kiat yang dilakukan perusahaan dalam pemasaran dapat mengembangkan ikatan dan tingkat kepuasan yang lebih besar. Hal tersebut merupakan kunci utama dalam mempertahankan pelanggan. Dengan memberikan kapuasan yang lebih dibanding harapan pelanggan, maka konsumen akan merasa puas sehingga kemungkinan untuk membeli produk perusahaan itu lagi menjadi semakin besar.

Di dalam penerapan pelayanan harus selalu memperhatikan mutu dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, karena itu merupakan suatu masalah pokok dalam proses penilaian berhubungan erat dengan hasil yang objektif. Penerapan penilaian yang berkualitas harus memiliki sifat-sifat, antara lain yaitu :

- Penilaian harus jujur, obyektif, adil dan mempunyai pengetahuan mendalam tentang unsur-unsur yang akan dinilai.
- Penilaian hendaknya berdasarkan penilaian atas benar atau salahnya, baik buruknya dan penilaian tidak boleh didasarkan suka atau tidak suka.
- Penilaian harus mengetahui secara jelas urusan pekerjaan dari setiap bagian yang akan dinilainya supaya hasil penilaiannya dapat dipertanggung jawabkan
- Penilaian harus mempunyai kewenangan dan harus beragama serta beriman, agar dapat melaksanakan tugasnya dengan baik.

Tingkat kepuasan pelanggan adalah merupakan suatu hal yang sangat diharapkan oleh pengusaha jasa sehingga dengan diketahuinya tingkat kepuasan pelanggan maka pihak pengelola jasa dapat membuat perencanaan bagi kemajuan usahanya dimasa yang akan datang.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Poulasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari objek/subjek penelitian yang digunakan sebagai sasaran untuk mendapatkan dan mengumpulkan data, yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Joko Subagyo, 2004:23).

Dengan demikian maka jumlah populasi yang diajukan penulis dalam penelitian ini adalah semua pegawai yang ada di SPBU dan pelanggan pengguna BBM Petronas Service Station Setia Budi yang berjumlah kurang lebih 120 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel. Yang dimaksud dengan menggeneralisasikan adalah mengangkat kesimpulan penelitian (Arikunto, 2002:109).

Dalam menentukan besarnya sampel penulis berpedoman kepada pendapat para ahli (Arikunto, 1997:120) yang menyatakan untuk sekedar ancer-ancer, maka apabila subjeknya kurang dari 100 orang, lebih baik di ambil semua sehingga penelitian merupakan penelitian populasi, tetapi jika subjeknya besar, dapat di ambil antara 10 – 15% atau 20 – 25% atau lebih.

Berdasarkan pendapat diatas maka penulis mengambil 25% sampel yaitu 30 orang diambil secara acak.

B. Metode Pengumpulan Data

Didalam melaksanakan pengumpulan data maupun keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode, yaitu :

1. Penggunaan Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research).

Dengan penelitian kepustakaan ini dimaksudkan penulis mempelajari teori-teori yang berkaitan dengan skripsi, buku-buku, diktat, majalah ilmiah, bahan perkuliahan, dan literature atau bahan lainnya yang dianggap relevan dengan masalah yang diteliti.

2. Metode Penelitian Lapangan (Field Research).

Kegiatan yang dilakukan dalam penelitian ini, untuk memperoleh data atau informasi penulis dengan secara langsung terjun ke lapangan. Adapun metode penelitian lapangan ini dilakukan dengan mengadakan :

- a. Observasi (pengamatan), yaitu pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Bentuk observasi adalah partisipatif, yaitu penulis ikut serta berpartisipasi di dalam kegiatan instansi bersangkutan.
- b. Wawancara (interview), yaitu dilakukan terhadap para karyawan, Pimpinan Petronas Service Station Setia Budi, beserta beberapa pelanggan yang mempergunakan jasa pelayanan pengisian BBM di Petronas Service Station Setia Budi (SPBU) Jalan RingRoad Arteri No.99 Medan.
- c. Kuesioner (sistem angket), yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden yang disertai dengan jawaban.

C. Variabel Dan Defenisi Operasional

Variabel

Variabel adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dimana yang menjadi perhatian penelitian indikatornya harus jelas dalam arti dapat diamati dan diukur. Mendapatkan penjelasan defenisi tentang suatu operasional variabel akan membantu mempermudah menyusun alat penelitian.

Dalam penelitian ini ada dua variabel yang saling mempengaruhi, yaitu :

1. Variabel terikat (dependen variabel)

Variabel terikat / variabel akibat adalah merupakan variabel tidak bebas variabel tergantung. Yang menjadi variabel terikatnya adalah : “Kebijakan Operasional Petronas”.

Indikatornya adalah :

- a. Disiplin kerja
- b. Tepat waktu
- c. Perilaku dan sikap
- d. Tanggung jawab kerja

2. Variabel bebas (independent variabel)

Variabel bebas / variabel penyebab adalah merupakan variabel yang mempengaruhi. Yang menjadi variabel bebasnya adalah : “Meningkatkan pelayanan pelanggan pengguna BBM”.

Indikatornya adalah :

- a. Dasar-dasar pelayanan
- b. Ciri-ciri pelayanan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)12/8/24

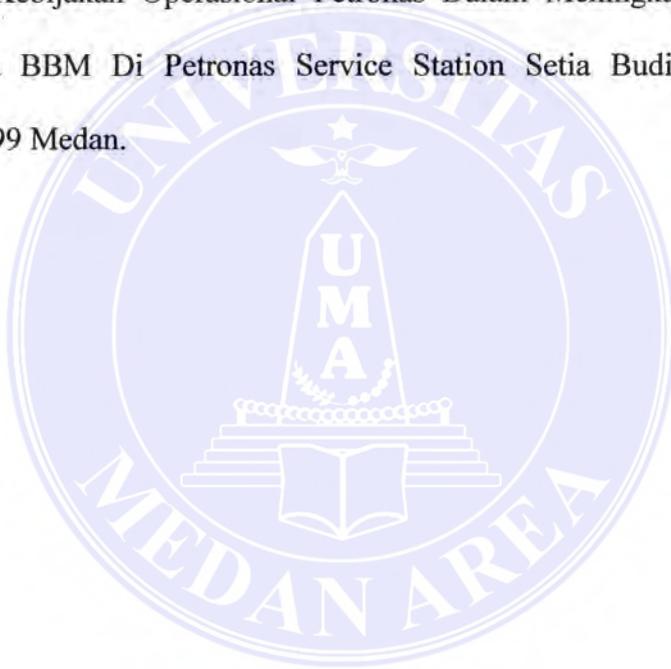
c. Kepuasan pelanggan

Defenisi Operasional

1. Variabel terikat “Kebijakan Operasional Petronas”, dengan indikatornya adalah :
 - a. Disiplin kerja adalah menjalankan dan mematuhi semua peraturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
 - b. Tepat waktu adalah memberikan loyalitas dalam bekerja kepada perusahaan pada saat datang/ hadir untuk memulai aktivitas maupun pada saat pulang untuk mengakhiri aktivitas bekerja.
 - c. Perilaku dan sikap merupakan tingkah laku karyawan yang menunjukkan baik atau buruk selama dia bekerja d perusahaan.
 - d. Tanggung jawab kerja, apapun yang menjadi keputusan perusahaan, karyawan harus bisa bertanggung jawab atas pengambilan keputusan tersebut.
2. Variabel bebas “Meningkatkan pelayanan pelanggan pengguna BBM”, dengan indikatornya adalah:
 - a. Dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti oleh seorang karyawan, mulai dari cara berpakaian rapi dan bersih, sopan santun dalam berbicara, melayani dengan baik, dan lain sebagainya.
 - b. Ciri pelayanan yang baik harus diikuti oleh semua karyawan yang bertugas melayani pelanggan.
 - d. Kepuasan pelanggan, adanya interaksi yang baik antara pelanggan dengan karyawan melalui pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.

D. Metode Analisis Data

Penulisan skripsi ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bermaksud membuat penyandaran secara sistematis, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi tertentu. Penganalisaan data yang di peroleh melalui penelitian harus didasarkan pada hipotesis atas masalah yang telah dirumuskan, sehingga dapat dengan jelas kita simpulkan. Metode analisa deskriptif adalah data yang disusun, di kelompokkan, kemudian diinterpretasikan sehingga diperoleh gambaran yang sebenarnya tentang Kebijakan Operasional Petronas Dalam Meningkatkan Pelayanan Pelanggan Pengguna BBM Di Petronas Service Station Setia Budi (SPBU) Jalan RingRoad Arteri No.99 Medan.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Dengan melaksanakan kebijakan operasional yang diberikan oleh Petronas maka akan dapat memberikan manfaat yang baik terhadap karyawan guna kemajuan perusahaan serta dapat memberikan motivasi dan dorongan terhadap pelanggan untuk tetap percaya dalam menggunakan BBM di Petronas.
2. Penyediaan fasilitas – fasilitas yang lengkap serta pelayanan yang baik, maka akan dapat meningkatkan pelanggan pengguna BBM dan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.
3. Efektifitas pelaksanaan pengambilan kebijakan adalah diberikan sepenuhnya oleh pimpinan, melalui pendapat dari manajemen, terhadap kondisi – kondisi yang diuraikan oleh manajemen, selanjutnya diambil pemecahan dan kemudian diberikan jalan keluarnya.
4. Hambatan dari kebijakan operasional Petronas dalam meningkatkan pelayanan pelanggan pengguna BBM adalah adanya daya saing harga jual yang diberikan SPBU lain yang letaknya juga tidak jauh dari Petronas, sehingga pelanggan cenderung membeli produk dalam negeri sendiri atau dengan kata lain milik BUMN.
5. Petronas akan terus memberikan yang terbaik bagi pelanggan pengguna BBM, walaupun adanya kendala-kendala maupun hambatan yang terjadi didalam memasarkan produknya.

B. SARAN

1. Sebuah SPBU tidak akan kehilangan pelanggan apabila di SPBU tersebut memiliki pelayanan yang baik dan fasilitas yang lengkap yang diberikan perusahaan dan terjaminnya kualitas BBM yang di pasarkan oleh SPBU tersebut.
2. Pimpinan hendaknya lebih aktif untuk memperkenalkan kepada masyarakat/khalayak ramai mengenai BBM yang dihasilkan oleh Petronas, melalui iklan ataupun promosi-promosi agar masyarakat dapat lebih mengerti dan memahami serta tahu mengenai BBM yang dihasilkan oleh Petronas.



DAFTAR PUSTAKA

- Nazir, Moh, Ph.D, Cet I, 1985, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Usman, Husaini, dan Akbar, Purnomo Setiady, 2003, *Metode Penelitian Sosial*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Said Zainal Abidin Ph.D, 2004, *Kebijakan Publik*, Yayasan Pancur Siwah, Jakarta.
- Dunn, William N, 2003, *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Sukanto Reksahadiprodjo, 1990, *Kebijakan Perusahaan (Business Policy) Konsep Dasar dan Studi Kasus*, BPFE, Yogyakarta.
- Arikunto, Suharsimi, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Kartono, Kartini, 1990, *Pengantar Metodologi Research Sosial*, Alumni, Bandung.
- Winarno Surakhmad, 1990, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Tarsito, Bandung.
- Poerwadarminta . W.J.S. 1984, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, PN. Balai Pustaka, Jakarta.
- H.A.S. Moenir, 1992, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Bumi Aksara, Jakarta.
- R.G. Soekadijo, 1996, *Anatomi Pariwisata*, Manajemen Usahawan Lembaga Management FE UI, Jakarta.
- Budi W. Soetjpto, 1997, *Service Quality*, Manajemen Usahawan Lembaga Management FE UI, Jakarta.
- Kasmir, 2006, *Etika Costumer Sevice*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Garperst Vincent, 1997, *Konsep Vincent, Penerapan Konsep Vincent Tentang Kualitas Dalam Manajemen Bisnis Total*, Yayasan Indonesia Emas dan Gramedia Pusaka Utama, Jakarta.
- Suryana Agus, 2007, *Costumer Service, Kiat Melayani Pelanggan Bebas Komplain*, Khilma Pustaka, Jakarta.
- Subagyo Joko P, 2004, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, Rineka Cipta, Jakarta.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)12/8/24