



Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa PT Federal International Finance (FIF Group) Cabang Dumai

E. Maznah Hijeriah¹, Variza Aditiya², Rini Andayani³

^{1,2,3}STIA LANCANG KUNING DUMAI

Email: hijeriah.jir@gmail.com¹, variza.aditiya@gmail.com²,
hairiahkaloko98@gmail.com³

Abstrak

Observasi pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai ditemukan beberapa gejala masalah yaitu Masih ada ditemukan keluhan dari konsumen terhadap layanan PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai saat membutuhkan layanan pengajuan kembali. dan Masih di temukan ketidak puasan konsumen terhadap pelayanan pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai. Berdasarkan gejala masalah tersebut, dirumuskan masalah pokok penelitian yaitu Bagaimana Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Pada PT. Federal Internarional Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai. Adapun tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan jasa pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai dan untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dimensi kualitas pelayanan jasa pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai. Teknik pengambilan sampel yang untuk karyawan sebanyak 40 orang adalah *sampling jenuh/sensus* dan *disproportionate stratified random sampling* untuk konsumen sebanyak 78 orang Jenis data terdiri dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data kuesioner, wawancara dan observasi. Teknik analisis data dilakukan dengan cara *statistik deskriptif* dan untuk pengukuran menggunakan teknik *rating scale*. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan maka diperoleh hasil penelitian dengan katagori baik dan diperoleh skor 4.306 (81,09%) adapun yang menjadi faktor pendukung terlaksananya aspek *reliability dan responsiveness* dalam dimensi kualitas pelayanan jasa. sedangkan faktor penghambat adalah masih kurang terlaksananya aspek *empathy dan tangibles* dalam dimensi kualitas pelayanan jasa.

Kata Kunci: *Kualitas, Pelayanan Jasa, PT Federal International Finance (FIF Group)*

Abstract

Observations at PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Dumai Branch found some symptoms of the problem, namely There are still complaints from consumers against the services of PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Dumai Branch when in need of re-submission services. And still found consumer dissatisfaction with services at PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Dumai Branch. Based on the symptoms of the problem, the main research problem was formulated, namely How the Dimensions of Service Quality At PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Dumai Branch. The research objective is to determine the dimensions of service quality at PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Dumai Branch and to find out the supporting factors and inhibiting factors for the dimensions of service quality at PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Dumai Branch. The sampling technique used for 40 employees is saturated/census sampling and disproportionate stratified random sampling for consumers as many as 78 people. The type of data consists of primary data and secondary data. Data collection techniques are questionnaires, interviews and observations. The data analysis technique was carried out by means of descriptive statistics and for measurement using a rating scale technique. Based on the results of the research that the author did, the results obtained in the good category and obtained a score of 4.306 (81.09%) as for the supporting factors for the implementation of aspects of reliability and responsiveness in the dimensions of service quality. while the inhibiting factor is the lack of empathy and tangibles aspects in the dimensions of service quality.

Keywords: *Quality, Service, PT Federal International Finance (FIF Group)*

PENDAHULUAN

Pada prinsip lingkungan bisnis membawa dampak pada makin ketatnya persaingan antara perusahaan dalam mendapatkan pangsa dan kesempatan untuk memenangkan persaingan. Kompetensi ini mengakibatkan makin pendeknya siklus hidup produk karena perusahaan berlomba untuk menawarkan sesuatu yang baru dan bernilai bagi konsumennya. Kualitas pelayanan yang diberikan merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan untuk konsumen. Perusahaan juga dihadapkan pada tantangan makin kritisnya konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Dalam kondisi ini perusahaan diuntut untuk dapat menghasilkan produk dan jasa yang memiliki kualitas tinggi, harga rendah, waktu tunggu yang pendek, dan pengiriman pada konsumen yang lebih cepat dan memuaskan. Ketatnya persaingan bisnis, menjadi kompetitif sehingga menuntut perusahaan untuk mampu beradaptasi agar terhindar dari kebangkrutan dan unggul dalam persaingan. Untuk mengantisipasi persaingan tersebut, perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan pelayanan sebagai upaya menjaga kelangsungan lain menerapkan kebijakan strategis yang menghasilkan efisiensi dan efektifitas bagi perusahaan.

Usaha tersebut memerlukan dimensi yang bagus untuk meningkatkan pelayanan, dengan pelayanan yang bagus konsumen akan terus loyal kepada perusahaan apapun yang ditawarkan oleh perusahaan. Pada prinsipnya setiap perusahaan dalam menjual produk-produknya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan dengan mengetahui seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen.

Kualitas pelayanan sangat penting dalam meningkatkan mutu suatu perusahaan, yang dimana bagus tidaknya pelayanan yang diberikan perusahaan berdampak pada tingkat penjualan perusahaan. Kualitas pelayanan yang diberikan merupakan kinerja terpenting bagi konsumen, khususnya dalam perusahaan jasa. Untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut, perusahaan memerlukan suatu strategi dalam menentukan keunggulan kompetitif dan menemukan cara untuk mencapai keunggulan tersebut.

Menurut Goetsch & Davis dalam Tjiptono & Chandra (2011:164) mendefinisikan kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dari kutipan diatas menjelaskan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dimana dapat memenuhi kebutuhan ataupun melebihi dari harapan yang diharapkan baik itu dari produk, jasa sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang ada disekitar kita. Kualitas menurut Tjiptono & Chandra (2012:74) secara sederhana, kualitas bisa diartikan sebagai produk yang bebas cacat. Dengan kata lain, produk sesuai dengan standar. Namun, definisi berbasis manufaktur ini kurang relevan untuk sector jasa. Oleh sebab itu, pemahaman mengenai kualitas kemudian diperluas menjadi "fitness for use" dan "conformance to requirements"

Kutipan diatas menjelaskan bahwa kualitas dalam produk dapat diartikan dengan produk yang ditawarkan bebas dari cacat dan sesuai dengan standar yang ada, sedangkan kualitas dalam jasa dapat diartikan dengan manfaat yang dapat digunakan atau ditawarkan dalam jasa tersebut dan apakah jasa tersebut sesuai dengan persyaratan yang ada. *American society for quality control* dalam Sunyoto (2012:236) menyatakan bahwa kualitas atau mutu merupakan keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Sedangkan menurut Madura (2011:536), mutu (quality) dapat didefinisikan sebagai tingkat sampai sejauh mana produk atau jasa dapat memenuhi keinginan atau harapan pelanggan. Mutu berhubungan dengan kepuasan pelanggan, yang selanjutnya dapat mempengaruhi penjualan dimasa depan dan kinerja perusahaan dimasa depan.

Kutipan Sunyoto diatas menjelaskan bahwa kualitas atau mutu adalah keseluruhan ciri maupun sifat barang dan jasa yang dapat mempengaruhi kebutuhan pelanggan baik yang tersirat maupun yang tidak tersirat. Sedangkan kutipan Madura diatas menjelaskan bahwa kualitas atau mutu adalah tingkat sejauh mana produk atau jasa dapat memenuhi keinginan pelanggan karena nanti dapat berpengaruh terhadap penjualan dan kinerja perusahaan dimasa depan. Menurut Kotler & Keller (2008:143) kualitas (quality) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan menurut Assauri (2008:362) menyatakan dari segi pandang produsen mutu atau kualitas sering diartikan sebagai komposisi teknis yang didasarkan pada spesifikasi teknis dari suatu produk dan dari segi pandang konsumen, kualitas dimaksud sebagai tingkat kemampuan produk untuk memenuhi yang diharapkan konsumen terhadap suatu produk yang dimilikinya.

Menurut Parasuraman et. al., dan Zeithaml dalam Ruslan (2010: 284-285) dari sepuluh dimensi layanan tersebut dikelompokkan menjadi 5 (lima) dimensi utama sebagai penentu suatu kualitas pelayanan jasa sebagai berikut: *Reliability*, kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. *Responsiveness*, respon atau kesigapan dalam membantu pelanggan dengan memberikan layanan cepat, tepat dan tanggap serta mampu menangani keluhan para pelanggan secara baik. *Assurance*, kemampuan pegawai tentang pengetahuan dan informasi suatu produk (good product knowledge) yang

ditawarkan, baik keramahan-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan jaminan pelayanan yang terbaik.

Perusahaan akan memenangkan persaingan bila dapat menciptakan nilai dan memberikan kepuasan pada konsumen melalui penyampaian barang dan jasa yang berkualitas. Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan dan citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada konsumen. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta nilai kualitas jasa perusahaan. Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya konsumen atau bahkan hilang karena konsumen berpindah ke jasa layanan lainnya.

Hal ini merupakan tantangan besar bagi perusahaan dalam membangun citra perusahaan dan memberikan pelayanan yang memuaskan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengetahui perilaku konsumen dalam membeli, menggunakan dan mengevaluasi jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan konsumen. Tuntutan kualitas layanan yang diperlukan dan dibutuhkan oleh konsumen saat ini menggambarkan pentingnya kualitas pelayanan yang merupakan titik sentral jasa karena akan mempengaruhi nilai pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang dan jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat. Kualitas pelayanan yang baik mencakup lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*realibiliti*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (empati).

Peningkatan mobilitas manusia dalam melakukan kegiatan dibidang perekonomian maupun di bidang lainnya, khususnya di bidang pembiayaan maka sarana jasa pembiayaan sebagai salah satu mata rantai perekonomian Negara juga mengalami kemajuan yang cukup pesat termasuk di kota Dumai pada saat ini sarana pembiayaan merupakan salah satu bentuk sarana yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

Pada lembaga keuangan bank produk pada bank sangat mahal sehingga masyarakat lebih memilih pada leasing atau sewa guna usaha. Adapun fasilitas yang disediakan perusahaan pembiayaan sangat meringankan konsumen pasar yang kekurangan modal untuk membeli alat pendukung usaha maka leasing menjadi alternative. Hal ini mengakibatkan tingginya permintaan masyarakat akan sarana pembiayaan tersebut, dengan demikian pemasaran jasa pembiayaan mengalami peningkatan. Seiring dengan peningkatan kebutuhan masyarakat akan berbagai jasa pembiayaan, baik pembiayaan multi guna maupun pembiayaan lainnya.

PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai terletak di jalan Jendral sudirman no 155-157. Perusahaan dibawah naungan fif group ini berfokus pada layanan finance khususnya konversional, leasing kendaraan bermotor dan kredit kendaraan bermotor. Produk lain yang dapat dilakukan dengan PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai adalah pinjaman uang tunai dengan penggadain gadaian bpkb motor dan kredit motor Honda. Untuk informasi daftar harga gadai bpkb motor dapat diperoleh melalui kontak call center fif (federal international finance).

Pihak manajemen perusahaan di tuntut untuk selalu memperbaiki kualitas pelayanannya dengan selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan dari pelanggannya. Bagaimana mereka merancang pelayanan mereka terhadap pelanggan sehingga para pelanggan selalu merasa terpuaskan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut. Semua itu perlu di tempuh oleh perusahaan untuk mencapai profitabilitas yang tinggi sehingga perusahaan dapat terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntutan persaingan dan bisa menjadi pemimpin pasar yang tangguh.

Dalam operasionalnya PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai mengalami persaingan dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama. Dengan adanya perusahaan pesaing ini menimbulkan persaingan pula dalam hal pelayanan jasa pembiayaan tersebut, dan memberikan pilihan kepada konsumen untuk menggunakan dan memilih perusahaan mana yang terbaik dalam memberikan pelayanan jasa pembiayaan secara optimal. Adapun bentuk pelayanan jasa yang ditawarkan oleh PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai sebagai berikut :

PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai selalu berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan kepada pelanggannya karena dengan memuaskan pelanggan akan mampu mengikat pelanggan secara emosional, dan pelanggan akan lebih loyal terhadap perusahaan dan mereka akan dengan senang hati merekomendasikan kepada orang lain. Diharapkan dengan pelayanan yang baik merupakan cara promosi yang secara langsung akan memberi penilaian tersendiri bagi konsumen. Berikut perkembangan jumlah pelanggan PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai selama periode 2017-2019.

Adanya komplain dari pelanggan juga dapat memberikan penilaian bahwa pelayanan yang diberikan masih belum memuaskan konsumen pengguna jasa. hal ini bisa kita lihat dari keluhan pelanggan mengenai keterlambatan waktu pelayanan. Hal ini juga menjadi salah satu penilaian penting terhadap pengguna saja dalam memilih pelayanan jasa. pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai masih terdapat komplain dari pengguna jasa pelayanan yang ada di PT. Federal International Finance (FIF GROUP)

Cabang Dumai.

Terdapat tiga jenis pelayanan yaitu pinjaman dana (Multiguna) yang terima berupa uang, Kredit motor baru yaitu merek Honda, dan Barang Elektronik seperti Handphone, Laptop, Furniture, dan barang lain yang disediakan oleh mitra kerja dari PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai, dan untuk data realisasi waktu pelayanan pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai pada tahun 2017 jumlah nasabah berjumlah 882, pelayanan yang tepat waktu berjumlah 587, dan yang tidak tepat waktu berjumlah 295. pada tahun 2018 jumlah nasabah berjumlah 1137, pelayanan yang tepat waktu berjumlah 767, dan yang tidak tepat waktu berjumlah 370. Dan pada tahun 2019 jumlah nasabah 997, pelayanan yang tepat waktu 587, dan yang tidak tepat waktu 391. Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini penting untuk dilaksanakan lebih jauh mengenai sejauh mana analisis pelaksanaan pelayanan yang telah di berikan perusahaan kepada konsumen dalam suatu penelitian dengan judul "Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai".

METODE

Penelitian ini dilakukan pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai, yang terletak di jalan Jendral sudirman no 155-157. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai beserta pemimpin dengan jumlah keseluruhan 40 orang melalui teknik pengambilan sample yaitu metode *sensus/sampling jenuh dan* Penulis akan mengambil sampel sejumlah 3 orang perhari selama 26 hari sehingga diperoleh jumlah untuk sampel 78 orang melalui teknik pengambilan sampel yaitu *disproportionate stratified random sampling* menurut sugiono (2009) adalah teknik pengambilan sampel bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional. Data primer dan sekunder dikumpulkan melalui observasi dan kuesioner. Analisis data dilakukan pengelompokan data yang sesuai dengan jenis data yang dibutuhkan. Kemudian data tersebut disajikan dalam bentuk table yang dilengkapi dengan uraian dan penjelasan, pelaksanaan penganalisaan data akan dilakukan secara statistik deskriptif, yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas Pelayanan Jasa Pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai

Setiap penelitian tujuan utamanya adalah mencari jawaban atas permasalahan yang diteliti. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka data hasil temuan selama dilapangan, berikut ini analisis dan diinterpretasikan sebagai upaya untuk menjawab pokok penelitian.

Dimensi kualitas pelayanan jasa adalah keseluruhan kegiatan yang dilakukan untuk melihat seberapa bagus pelayanan yang diberikan oleh pemberi pelayanan apakah sesuai dengan harapan yang diterima oleh penerima layanan. Dimensi kualitas pelayanan tidak akan tercapai apabila penerima pelayanan tidak dilibatkan didalamnya sehingga kegiatan ini dibutuhkan oleh pemberi pelayanan agar bisa melakukan evaluasi terhadap pelayanan yang diberikan.

Kegiatan yang dilakukan ini akan memberikan dampak positif bagi perusahaan pemberi pelayanan karena adanya kualitas pelayanan jasa, pemberi pelayanan dalam membandingkan kenyataan dengan harapan yang diharapkan oleh penerima pelayanan. Pelayanan yang diberikan akan lebih berkualitas apabila pemberi pelayanan selalu melakukan evaluasi terhadap pelayanan yang diberikan untuk melihat apakah pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi penerima pelayanan sehingga bukan hanya penerima pelayanan saja yang diuntungkan tetapi perusahaan juga akan mendapatkan dampak yang positif terhadap perusahaan sendiri.

Menurut Parasuraman dan Zeithamal dalam Rosady Ruslan (2010:284-285) terdapat 5 dimensi utama sebagai penentu utama suatu kualitas pelayanan jasa sebagai berikut:

Reliability

Adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Untuk melihat indikator *reliability*, penulis menggunakan tiga sub indikator yaitu:

Terdapat pelayanan yang diberikan sesuai standar operasional perusahaan

Terdapat kejelasan standar pelayanan dalam pelaksanaan pelayanan karyawan dari pihak perusahaan harus mampu memberikan kejelasan mengenai apa saja yang terkait didalam pelayanan sesuai dengan standar pelayanan yang di tetapkan oleh perusahaan, begitu pula dengan PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai yang dimana sudah ditetapkannya syarat-syarat yang jelas dan prosedur yang jelas pada saat pengajuan pelayanan.

Terdapat kemampuan karyawan melaksanakan pelayanan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan

Dalam pelaksanaan kegiatan PT. Federal International Finance (FIF GROUO) Cabang Dumai, standar

yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan standar tersebut harus mampu dilakukan para karyawan untuk meningkatkan kualitas perusahaan, dengan begitu dapat dilihat kehandalan kerja para karyawan dalam PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai, dapat dilihat ketepatan karyawan melakukan dan mengikuti standar pelayanan yang telah dimiliki perusahaan, dilihat dari beberapa konsumen yang telah mengajukan pinjaman akan tetapi tidak dicairkan oleh karyawan dikarenakan kurangnya perlengkapan persyaratan yang diajukan oleh konsumen .

Terdapat kehandalan karyawan dalam memberikan informasi tentang pelayanan

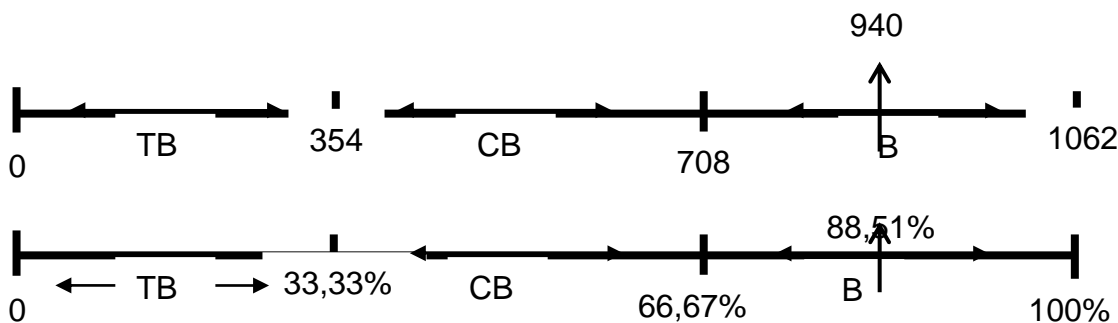
Kehandalan adalah dapat di percayai atau memberikan hasil yang sama dengan yang telah di uji. Dengan demikian kehandalan dalam memberikan informasi, bagaimana cara karyawan PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai dapat memberikan informasi kepada konsumen tentang pelayanan. Karyawan dalam memberikan informasi yang berhubungan dengan pelayanan sehingga konsumen dapat dengan mudah mendapatkan informasi dengan pelayanan, dalam pemberian informasi PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai belum memperlihatkan bukti pelayanan yang baik, sehingga dapat dilihat dari tanggapan responden mengenai kurangnya pemberian pelayanan untuk konsumen dalam proses pelayanan.

Tabel 1. Tanggapan responden Mengenai *Reliability* Pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai

No	Sub indikator	Jumlah Skor
1	Terdapat pelayanan yang diberikan sesuai standar operasional perusahaan	315
2	Terdapat kemampuan karyawan melaksanakan pelayanan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan	314
3	Terdapat kehandalan karyawan dalam memberikan informasi tentang pelayanan	311
Total skor		940

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui tanggapan karyawan dan konsumen untuk indikator *reliability* pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai yang di ukur melalui tiga sub indikator, yaitu: sub indikator pertama yaitu kemudahan pelayanan yang diberikan sesuai dengan pemasaran produk dipeoleh skor sebesar 315, sub indikator kedua yaitu kemampuan karyawan melaksanakan pelayanan sesuai dengan aturan perusahaan diperoleh skor sebesar 314, dan sub indikator ketiga kemampuan karyawan dalam mengatasi infoemasi tentang pelayanan yang dibutuhkan diperoleh skor sebesar 311, dari ketiga sub indikator tentang *reliability*, diperoleh total skor sebesar 940. Untuk mengetahui kriteria jawaban responden mengenai indikator *reliability* berdasarkan total skor yang telah diperoleh dapat dilihat melalui garis kontinum berikut ini:



Berdasarkan garis kontinum diatas dapat dijelaskan bahwa indikator *reliability* pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai dapat dikategorikan baik dengan total skor 940 dengan persentase 88,51% dan berada pada interval skor 708-1062.

Responsiveness

Kualitas pelayanan yang baik, yang diberikan karyawan kepada konsumen merupakan sesuatu yang penting, yang dapat diwujudkan melalui komunikasi dan konsultasi, memberikan jalan keluar terhadap masalah yang dihadapi oleh konsumen, *responsiveness* yaitu respon atau kesigapan dalam membantu pelanggan dengan layanan cepat, tepat, dan tanggap serta mampu menangani keluhan pelanggan secara baik, untuk melihat indikator *responsiveness*, penulis menggunakan tiga sub indikator yaitu:

Terdapat kemampuan karyawan merespon setiap konsumen yang ingin mendapatkan pelayanan

Kemampuan yang dimiliki oleh karyawan dalam merespon konsumen. Dilihat dalam PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai adanya respon atau tanggapan yang baik atas setiap pengajuan yang diajukan oleh konsumen, dapat dilihat dimana setiap konsumen mengajukan pengajuan pinjaman dana (multiguna), kredit motor baru dan spektra (barang elektronik) sehingga konsumen benar-benar merasa dijamin pada saat memberikan pelayanan.

Terdapat kemampuan karyawan melaksanakan pelayanan dengan cepat dan tepat

kemampuan yang dimiliki oleh karyawan dalam melaksanakan pelayanan pengajuan pinjaman dana (multiguna), kredit motor baru, dan spektra (barang elektronik) yang di ajukan oleh konsumen dengan waktu yang tepat dan cepat. Di PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai terdapatnya standar pelayanan mengenai ketepatan waktu. Yaitu dimulai dari pengajuan berkas, setelah lengkap langsung diproses dalam waktu 1-2 hari.

Terdapat tanggung jawab karyawan terhadap mutu pelayanan yang diberikan kepada konsumen

Bagaimana karyawan bertanggung jawab dengan mutu perusahaan dengan tetap menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

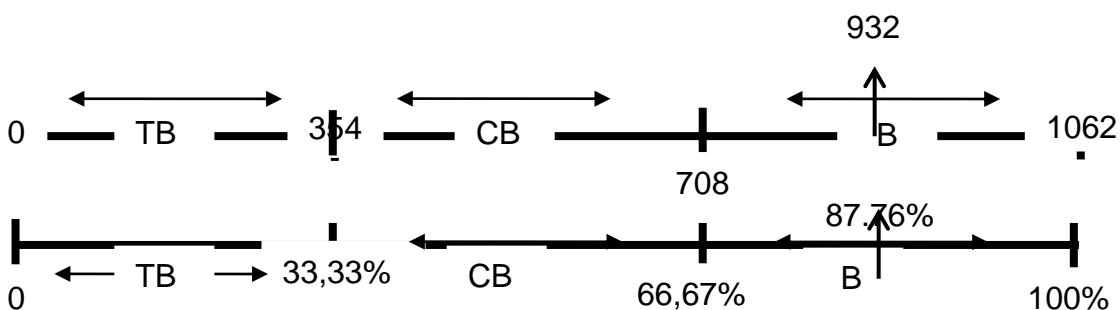
Tabel 2. Tanggapan Responden mengenai *Responsiveness* Pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai

No	Sub Indikator	Jumlah skor
1	Terdapat kemampuan karyawan merespon setiap konsumen yang ingin mendapatkan pelayanan	308
2	Terdapat kemampuan karyawan melaksanakan pelayanan dengan cepat dan tepat	311
3	Terdapat tanggung jawab karyawan terhadap mutu pelayanan yang diberikan kepada konsumen	313
Total Skor		932

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2021

Berdasarkan Tabel V.5 diatas, dapat diketahui tanggapan karyawan dan konsumen untuk indikator *responsiveness* pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai yang diukur melalui tiga sub indikator, yaitu: sub indikator pertama yaitu terdapat kemampuan karyawan merespon setiap konsumen yang ingin mendapatkan pelayanan diperoleh skor sebesar 308, sub indikator kedua yaitu terdapat kemampuan karyawan melaksanakan pelayanan dengan cepat dan tepat diperoleh skor sebesar 311, dan sub indikator ketiga yaitu terdapat tanggung jawab karyawan terhadap mutu pelayanan yang diberikan kepada konsumen diperoleh skor sebesar 313, dari ketiga sub indikator tentang *responsiveness*, diperoleh total skor sebesar 932.

Untuk mengetahui kriteria jawaban responden mengenai indikator *responsiveness* berdasarkan total skor yang telah diperoleh dapat dilihat pada kontinum dibawah ini :



Berdasarkan garis kontinum dapat dijelaskan bahwa indikator *responsiveness* pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai dapat dikategorikan Baik (B) dengan total skor 932 dengan persentase 87,76% dan berada pada interval skor 708-1062.

Assurance

Yaitu kemampuan karyawan tentang pengetahuan dan informasi produk yang ditawarkan baik keramah-tamahan perhatian dan kesopanan dalam memberikan jaminan pelayanan yang terbaik. Dalam kualitas pelayanan karyawan harus mampu menumbuhkan rasa percaya kepada para konsumen dengan membuktikan jaminan-jaminan yang diberikan pihak perusahaan kepada konsumen terealisasi dengan baik kepada konsumen. Dilihat dalam PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai telah memberikan jaminan yang sesuai dengan standar dibuktikan dengan tanggapan responden terhadap indikator tersebut. Untuk melihat indikator *assurance*, penulis menggunakan tiga sub indikator yaitu:

Terdapat kemampuan karyawan untuk untuk meyakini konsumen pada proses pemberian pelayanan

Kemampuan yang dimiliki karyawan didalam meyakini konsumen pada saat proses pemberian pelayanan juga harus bisa memberikan kenyamanan bagi konsumen yang mengajukan pinjaman dana sehingga konsumen benar-benar merasa dijamin pada saat pemberian pelayanan.

Terdapat kemampuan karyawan memberikan jaminan ketepatan waktu penyesuaian pelayanan

Kemampuan karyawan didalam memberikan pelayanan pinjaman dana (multiguna), kredit motor baru, spektra (barang elektronik) dengan waktu yang tepat. Dimana pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai terdapatnya standar penyelesaian pengajuan yang telah ditepatkan dengan waktu satu sampai dua proses pengurusan pengajuan dari konsumen dengan demikian dapat dilihat dari jawaban responden mengenai ketepatan waktu yang baik.

Terdapat karyawan yang mampu memberikan jaminan kepastian biaya

Kemampuan yang dimiliki karyawan untuk menjamin biaya pengajuan, pinjaman dana (multiguna), kredit motor baru, spektra (barang elektronik) dari konsumen. Pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai terdapatnya ketentuan yang telah ditetapkan yaitu besarnya biaya yang akan dikeluarkan kepada konsumen sesuai dengan pengajuan pinjaman dari konsumen.

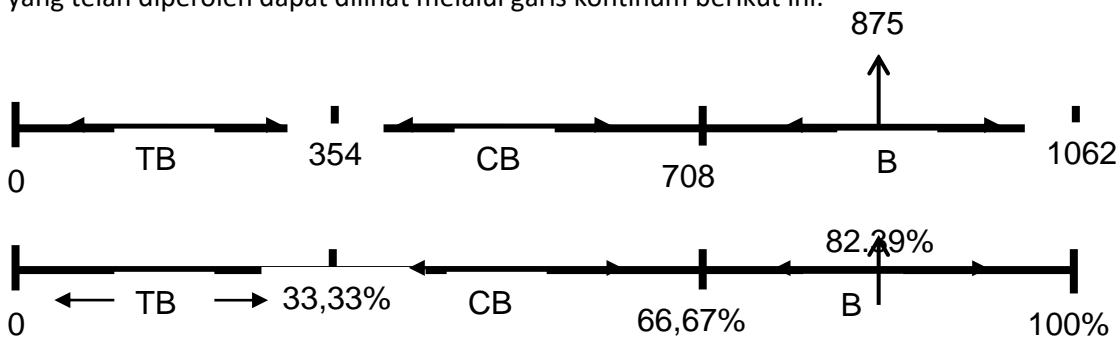
Tabel 3. Tanggapan Responden mengenai Assurance Pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai

No	Sub Indikator	Jumlah skor
1	Terdapat kemampuan karyawan untuk meyakini konsumen pada proses pemberian pelayanan	301
2	Terdapat kemampuan karyawan memberikan jaminan ketepatan waktu penyesuaian pelayanan	291
3	Terdapat karyawan yang mampu memberikan jaminan kepastian biaya	283
Total Skor		875

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2021

Berdasarkan Tabel diatas, dapat diketahui tanggapan karyawan dan konsumen untuk indikator assurance pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai yang diukur melalui tiga sub indikator yaitu: sub indikator pertama yaitu terdapat kemampuan karyawan untuk meyakini konsumen pada proses pemberian pelayanan diperoleh skor sebesar 301, dan sub indikator kedua yaitu terdapat kemampuan karyawan memberikan jaminan ketepatan waktu penyesuaian pelayanan diperoleh skor sebesar 291, dan sub indikator ketiga yaitu terdapat karyawan yang mampu memberikan jaminan kepastian biaya diperoleh skor sebesar 283. Dari ketiga sub indikator dilihat dari sub indikator assurance. Diperoleh total skor sebesar 875.

Untuk mengetahui kriteria jawaban responden mengenai indikator assurance berdasarkan total skor yang telah diperoleh dapat dilihat melalui garis kontinum berikut ini.



Berdasarkan garis kontinum diatas dapat dijelaskan bahwa indikator assurance pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai dapat dikategorikan Baik (B) Dengan Total skor 875 dengan persentase 82.39% dan berada pada interval skor 708-1062.

Empathy

Merupakan memberikan perhatian yang tulus dan individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dan berusaha untuk memahami keinginan dan kebutuhan, serta mampu menangani keluhan pelanggan secara baik dan tepat. Sikap perhatian yang telah dilakukan oleh PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai dilihat bagaimana kepedulian mereka dalam menyelesaikan dan memberikan solusi dalam setiap permasalahan yang berbeda-beda yang diajukan oleh konsumen. Untuk melihat indikator empathy, penulis menggunakan tiga sub indikator yaitu:

Terdapat kemampuan karyawan yang lebih mendahului kepentingan dalam mendampingi konsumen

Kemampuan yang dimiliki oleh karyawan ketika mendampingi konsumen yang mengajukan pengajuan pinjaman dana (multiguna, kridit motor baru, dan spektra (barang elektronik) didalam proses pengisian data

yang telah disediakan oleh pemberi pelayanan.

Terdapat kemampuan karyawan dalam memberikan solusi dalam permasalahan yang dihadapi konsumen

Kemampuan yang dimiliki karyawan dalam memberikan solusi kepada konsumen ketika proses pemberian pelayanan yang diajukan oleh konsumen.

Terdapat kemampuan karyawan berkomunikasi dengan ramah dan sopan

Sikap dan sopan yang dimiliki oleh karyawan dalam proses pemberian pelayanan pinjaman dana (multiguna), kredit motor baru, dan spektra (barang elektronik) kepada konsumen, sikap ramah sangat mempengaruhi bagaimana bentuk kualitas pelayanan di suatu perusahaan.

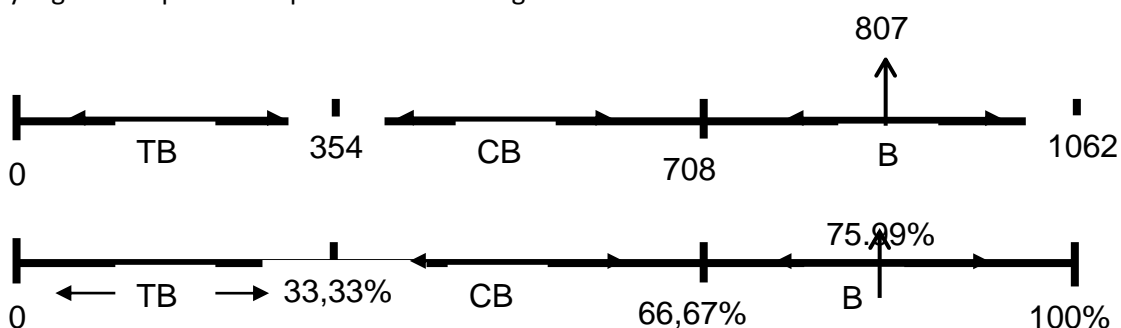
Tabel 4. Tanggapan Responden mengenai *Empathy* Pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai

No	Sub Indikator	Jumlah skor
1	Terdapat kemampuan karyawan yang lebih mendahului kepentingan dalam mendampingi konsumen	268
2	Terdapat kemampuan karyawan dalam memberikan solusi dalam permasalahan yang dihadapi konsumen	269
3	Terdapat kemampuan karyawan berkomunikasi dengan ramah dan sopan	270
Total Skor		807

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui tanggapan karyawan dan konsumen untuk indikator *empathy* pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai yang diukur melalui tiga sub indikator, yaitu: sub indikator pertama yaitu: terdapat kemampuan karyawan yang lebih mendahului kepentingan dalam mendampingi konsumen diperoleh skor sebesar 268, sub indikator kedua yaitu terdapat kemampuan karyawan dalam memberikan solusi dalam permasalahan yang dihadapi konsumen diperoleh skor sebesar 269, dan sub indikator ketiga yaitu terdapat kemampuan karyawan berkomunikasi dengan ramah dan sopan diperoleh skor sebesar 270.

Untuk mengetahui kriteria jawaban responden mengenai indikator *empathy* berdasarkan total skor yang telah diperoleh dapat dilihat melalui garis kontinum berikut ini:



Berdasarkan garis kontinum diatas dapat dijelaskan bahwa indikato *empathy* pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai dapat dikatagorikan Baik (B) dengan total skor 807 dengan persentase 75,99% dan berada pada interval skor 708-1062.

Tangibles

Yaitu kenyataan yang berhubungan dengan penampilan fisik gudang, ruang office loby atau front office yang representative, tersedia tempat parkir yang layak, kebersihan, kerapian, aman dan kenyamanan di lingkungan PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai dipelihara secara baik. Untuk melihat indikator *tangibles* penulis menggunakan tiga sub indikator yaitu:

Terdapat kenyamanan ruang tunggu pada saat memberikan pelayanan

Yaitu terdapatnya tata ruang yang respresentatif yang disediakan untuk konsumen dalam proses pemberian jenis pelayanan yang di sediakan oleh perusahaan sehingga konsumen merasa nyaman. Dalam PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai terdapat fasilitas yang cukup baik sehingga dapat memberi kenyamanan kepada konsumen yang sedang mengajukan jenis pelayanan yang ada di perusahaan.

Terdapat karyawan yang melayani dengan penampilan rapi

Kemudahan yang diperoleh konsumen dalam proses pelayanan, dengan ketentuan yang telah ditetapkan sesuai dengan persyaratan yang ada dan didukung dengan penampilan yang rapi ketika seorang karyawan melayani konsumen

Terdapat tempat parkir yang aman dilingkungan perusahaan

Kenyamanan konsumen ketika saat mengajukan pelayanan yang ada di perusahaan sehingga konsumen merasa aman disaat memarkirkan kendaraannya, dalam PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai terdapat fasilitas parkir yang baik saat mengajukan pelayanan yg disediakan perusahaan.

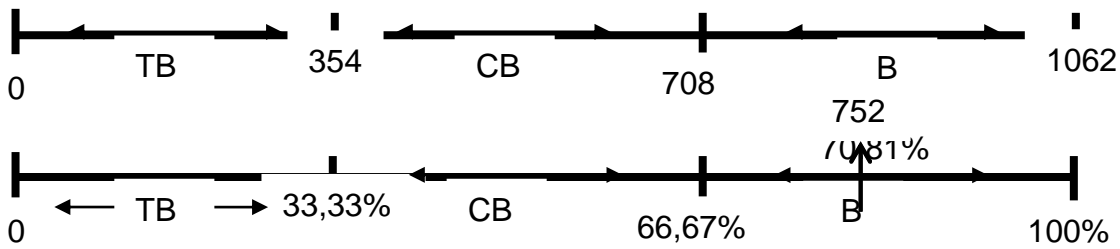
Tabel 5. Tanggapan Responden mengenai *Tangibles* Pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai

No	Sub Indikator	Jumlah skor
1	Terdapat kenyamanan ruang tunggu pada saat memberikan pelayanan	260
2	Terdapat karyawan yang melayani dengan penampilan rapi	254
3	Terdapat tempat parkir yang aman dilingkungan perusahaan	238
Total Skor		752

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2021

Berdasarkan Tabel diatas, dapat diketahui tanggapan karyawan dan konsumen untuk indikator *tangibles* pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai yang diukur melalui tiga sub indikator, yaitu: sub indikator pertama yaitu terdapat kenyamanan ruang tunggu pada saat memberikan pelayanan diperoleh skor sebesar 260, sub indikator kedua yaitu terdapat karyawan yang melayani dengan penampilan rapi diperoleh skor sebesar 254, dan sub indikator ketiga yaitu terdapat tempat parkir yang aman dilingkungan perusahaan diperoleh skor sebesar 238, dari ketiga sub indikator dilihat dari indikator *tangibles*, diperoleh total skor sebesar 752.

Untuk mengetahui kriteria jawaban responden mengenai indikator *tangibles* berdasarkan total skor yang telah diperoleh dapat dilihat melalui garis kontinum berikut ini.



Berdasarkan garis kontinum diatas dapat dijelaskan bahwa indikator *tangibles* pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai dapat dikategorikan Baik (B) dengan total 752 dengan persentase 70.81% dan berada pada interval skor 708-1062. Setelah mengetahui secara jelas mengenai kualitas pelayanan jasa pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai, baik dari segi *reliability, responsiveness, assurance, empathy atau tangibles* sebagaimana yang penulis jabarkan, maka dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan jasa yang diberikan dapat di kategorikan baik. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel rekapitulasi berikut ini :

Tabel 6. Rekapitulasi dimensi kualitas pelayanan jasa Pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai

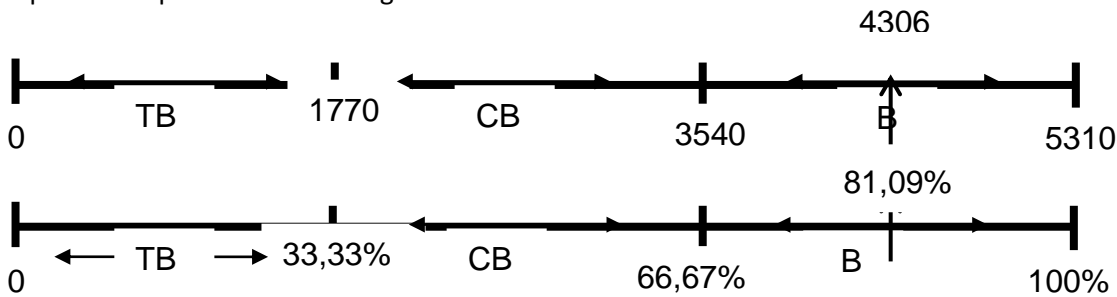
No	Indikator	Skor
1	Reliability	940
2	Responsiveness	932
3	Assurance	875
4	Empathy	807
5	Tangibles	752
Total Skor		4306

Sumber: Hasil Pengelolaan Data Tahun 2021

Berdasarkan Tabel V.9 diatas, dapat dilihat bahwa dari hasil rekapitulasi tanggapan responden terhadap lima indikator yang digunakan penulis mengukur variable dimensi kualitas pelayanan jasa pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai yaitu tanggapan responden *reliability* memperoleh skor 940, tanggapan responden *responsiveness* memperoleh skor 932, tanggapan responden assurance memperoleh skor 875, tanggapan responden *empathy* memperoleh skor 807, dan tanggapan responden *tangibles* memperoleh skor 752, dengan total skor keseluruhan 4306, dari kelima indikator, diperoleh total skor

sebanyak 4306.

Untuk mengetahui kriteria jawaban responden dari kelima indikator berdasarkan total skor yang telah diperoleh dapat dilihat melalui garis kontinum berikut ini.



Berdasarkan garis kontinum diatas dapat dijejaskan bahwa indikator *empathy* pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai dapat dikatagorikan Baik (B) dengan total skor 4306 dengan persentase 81,09% dan berada pada interval skor 3540-5310.

Faktor pendukung dan penghambat Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai

Faktor Pendukung Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa

Pelayanan yang diberikan pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menjamin konsumen yang mengajukan pinjaman dana (multiguna), kredit motor baru, dan spektra (barang elektronik) sehingga bukan hanya kecepatan pelayanan saja yang diutamakan tetapi pelayanan juga harus tepat sasaran kepada konsumen yang mengajukan pinjaman dana, kredit motor baru dan barang elektronik yang seharusnya serta mengedepankan rasa empati terhadap konsumen. Karena hal tersebut diperlukan, agar kualitas dari pelayanan menjadi hal yang penting diperhatikan sehingga konsumen mendapatkan pelayanan yang terbaik. Untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Adapun faktor pendukung tersebut antara lain: 1) Terlaksananya aspek *Reliability* dalam dimensi kualitas pelayanan jasa pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai. Hal ini dapat dilihat dari terdapatnya kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan sesuai standar operasional perusahaan. 2) Terlaksananya aspek *responsiveness* dalam dimensi kualitas pelayanan jasa pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai. Hal ini dapat dilihat dari terdapat tanggung jawab karyawan terhadap mutu pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Faktor Penghambat Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa

Pelayanan yang diberikan pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai selama ini masih terhambat oleh beberapa faktor, faktor penghambat tersebut adalah: 1) Masih kurang terlaksananya aspek *empathy* dalam dimensi kualitas pelayanan jasa pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai. Hal ini dapat dilihat dari masih kurangnya kemampuan karyawan yang mendahului kepentingan dalam mendampingi konsumen. 2) Masih kurang terlaksananya aspek *tangibles* dalam dimensi kualitas pelayanan jasa pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai. Hal ini dapat dilihat dari masih kurangnya tempat parkir yang aman dilingkungan perusahaan.

SIMPULAN

Dimensi kualitas pelayanan jasa pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai dilihat dari lima indikator yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* secara keseluruhan dapat dikatagorikan baik. Faktor pendukung Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai yaitu terlaksananya aspek *Reliability*, dan aspek *Responsiveness* dalam dimensi kualitas pelayanan jasa pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai. Hal ini dapat dilihat dari terdapatnya kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan sesuai standar operasional perusahaan. *responsiveness*, dapat dilihat dari terdapat tanggung jawab karyawan terhadap mutu pelayanan yang diberikan kepada konsumen. sedangkan faktor penghambat dimensi kualitas pelayanan jasa pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai yaitu masih kurang terlaksananya aspek *empathy* dan *Tangibles* dalam dimensi kualitas pelayanan jasa pada PT. Federal International Finance (FIF GROUP) Cabang Dumai. Hal ini dapat terlihat dari aspek *empathy* Hal ini dapat dilihat dari masih kurangnya kemampuan karyawan yang mendahului kepentingan dalam mendampingi konsumen. Dan aspek *Tangibles* dapat dilihat dari masih kurangnya tempat parkir yang aman dilingkungan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori & Aplikasi*, Alfabeta, Bandung, 2015.
Assauri, Sofian, *Manajemen Prduksi dan Operasi*, Lembaga penerbit Fakultas Ekonomi UI Jakarta, 2008.

Buchari, Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, CV Alfabeta, Bandung, 2004.

Hayat, Manajemen Pelayanan Publi, Rajawali Pers, Jakarta, 2017.

Idrus, Muhammad, Metode Penelitian Ilmu Sosial, Erlangga, Yogyakarta, 2019

Lovelock & Mussy, Manajemen Pemasaran Jasa, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta, 2010.

Madura, introduction to Business Pengantaran Bianis (Edisi keempat), Salemba Empat, Jakarta, 2011.

Pasolong, Harbani, Kepemimpinan Birokrasi, Alfabeta, Makkasar, 2008

Philip, Kotler & Kevin, Keller, Manajemen Pemasaran, Erlangga, Jakarta, 2008

_____, Marketing Management Edisi 14 Global Edition Pearson Hall, Erlangga, Jakarta, 2012

Ratminto & Atik, Manajemen Pelayanan, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005

Riduwan, Dasar-dasar Statistika, Alfabeta, Bandung, 2008.

Ruslan, Rosady, Manajemen Public Relation & Media Komunikasi (konsepsi dan Aplikasi), Rajawali Pers, Jakarta, 2010.

Sugiyono, Metode Penelitian Administrasi, Alfabeta. Bandung. 2011

Suyoto, Danang, Konsep Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, CAPS, Yogyakarta, 2012.

Sumarwan, A. Jauzi, A Mulyana, B. N. Karno, P. K. Mawardi, W. Nugroho, Riset Pemasaran Konsumen, Cetakan Pertama PB Press, Bogor, 2011.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius, Service, Quality & Satisfaction, Andi, Yogyakarta, 2011

_____, Gregorius, Service, Quality & Satisfaction, Andi, Yogyakarta, 2011.

_____, Gregorius, Pemasaran Strategik, Andi, Yogyakarta, 2012.

_____, Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan dan Penelitian), Andi, Yogyakarta, 2014

_____, Gregorius, Service, Quality & satisfaction Edisi 4, Andi, Yogyakarta, 2016.