



KEPUASAN PELANGGAN PADA PT FIF GROUP CABANG DUMAI *CUSTOMER SATISFACTION IN PT FIF GROUP DUMAI BRANCH*

Dila Erlianti¹, Fitrahadi Khaz², Agung Wibowo³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Lancang Kuning Dumai
dilaerliantierlianti@gmail.com

Info Artikel

Article history:

Submitte : 28 Januari 2023
Revisi : 30 Januari 2023
Diterima : 3 Februari 2023

Keywords:

Satisfaction
Customers
Consumers

Kata Kunci:

Kepuasan
Pelanggan
Konsumen

Korespondensi Penulis:

Dila Erlianti
STIA Lancang Kuning Dumai
Email: dilaerliantierlianti@gmail.com

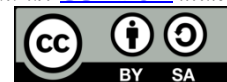
ABSTRACT

Customer satisfaction is an important factor in providing services for service companies. PT FIFGROUP Dumai Branch as a company engaged in financing services always improves its performance in satisfying its customers. The formulation of the main research problem is how is the level of customer satisfaction at PT FIFGROUP Dumai Branch. The purpose of this research is to determine the level of customer satisfaction and to determine the supporting factors and inhibiting factors of customer satisfaction. The theory used in this study is according to Lupiyoadi in Rangkuti (2017) the level of customer satisfaction, namely a) Product Quality; b) Service Quality; c) Emotional; d) Price; and e) Fees. The sample involved all customers and employees totaling 136 respondents with a saturated sampling technique for employees and accidental sampling customers. The data used are primary and secondary data. Observations, questionnaires and interviews were carried out as data collection techniques. The research findings show that customer satisfaction is in the satisfied category, with a total score of 5,028.

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam memberikan layanan bagi perusahaan jasa. PT FIFGROUP Cabang Dumai sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa pembiayaan selalu meningkatkan performanya dalam memuaskan pelanggannya. Rumusan permasalahan pokok penelitian yaitu bagaimana tingkat kepuasan pelanggan pada PT FIFGROUP Cabang Dumai. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat kepuasan pelanggan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah menurut Lupiyoadi dalam Rangkuti (2017) tingkat kepuasan pelanggan yaitu a) Kualitas Produk; b) Kualitas Pelayanan; c) Emosional; d) Harga; dan e) Biaya. Sampel melibatkan seluruh pelanggan dan karyawan yang berjumlah 136 responden dengan Teknik sampling jenuh untuk karyawan dan peanggan accidental sampling. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Observasi, angket dan wawancara dilakukan sebagai Teknik pengumpulan data. Temuan peneltian menunjukkan kepuasan pelanggan berada pada kategori puas, dengan total skor sebesar 5.028.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.





1. PENDAHULUAN

Pada masa persaingan bisnis yang amat ketat saat ini. Perusahaan dianggap menang dalam kompetisi jika mampu menciptakan nilai dan memberi kepuasan kepada pelanggan melalui pemberian produk layanannya yang memiliki kualitas (Anwar et al., 2022). Apabila sebuah layanan yang diberikan tidak memuaskan, tentunya akan mengakibatkan berpindahannya pelanggan ke perusahaan jasa yang lain. Dalam kondisi sengitnya persaingan tersebut, maka penyedia jasa memang dituntut agar mampu memberikan yang terbaik kepada pelanggan dalam upaya pemenuhan kepuasannya (Hidayatullah et al., 2023; Hildawati et al., 2022).

PT Federal International Finance Group atau lebih dikenal dengan FIFGROUP Cabang Dumai sebagai korporasi dibidang jasa pembiayaan selalu meningkatkan kemampuan dalam memuaskan pelanggannya. Peningkatan itu seperti prosedur memperoleh pembiayaan dalam memenuhi kebutuhan manusia dengan mudah, serta bertambahnya permintaan akan pemakaian jasa pembiayaan.

Meningkatnya permintaan terhadap jasa pembiayaan tersebut, maka PT FIFGROUP Cabang Dumai juga mengikuti persaingan dengan memberikan tawaran dan keunggulannya guna meningkatkan kepuasan pelanggannya. Kepuasan pelanggan dianggap sebagai faktor utama yang menentukan keberhasilan organisasi bisnis maupun nirlaba (Hernikasari et al., 2022). Pencapaian kepuasan dianggap sebagai tolak ukur guna mewujudkan tujuan organisasi (Hildawati & Afrizal, 2021; Praditya, 2022).

Ichsan & Nasution (2022) mengatakan bahwa kepuasan adalah tolak ukur konsumen setelah melakukan perbandingan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Menurut Kotler dalam (Pramudita et al., 2022) secara umum mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang ataupun kecewa seseorang setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya. (Pratiwi & Kusyana, 2023) menyatakan kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya.

Hal ini juga dikemukakan oleh (Fawzy et al., 2023) kepuasan menandakan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang digunakan (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Apabila produk tersebut tidak memenuhi keinginan, pengguna layanan menjadi tidak puas dan kecewa (Ayuningtyas et al., 2023; Yuhardi et al., 2022).

berpendapat bahwa kepuasan sebagai pendorong pelanggan untuk membeli dan menggunakan produk

dikemudian hari. Wahyudi (2019) mengatakan tingkat kepuasan pelanggan harus memperhatikan beberapa hal seperti: 1). Kualitas Produk Layanan, 2) Kualitas Pelayanan, 3) Emosional, 4) Harga, 5) Biaya.

Dengan besarnya persaingan didunia usaha leasing, PT FIFGROUP Cabang Dumai mendapatkan tantangan bagaimana dan mempertahankan jumlah pelanggan. Tuntutan untuk memberikan kepuasan pada pelanggan yang menggunakan jasanya untuk dijadikan sebagai tolak ukur manajemen perusahaan untuk membuat kebijakan dan keputusan yang bersifat strategis dalam pemberian layanannya. Tingkat keterpuasan konsumen merupakan respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Hal tersebut terlihat bahwa titik focus dari keberhasilan pelayanan adalah pelanggan (Erlianti & Sari, 2019; Shaliza & Yanti, 2022).

Dalam aktifitasnya memberi layanan jasa, temuan observasi pada PT FIFGROUP Cabang Dumai ternyata masih kurangnya kemampuan dan ketelitian karyawan dalam menginput data pelanggan serta kurangnya kenyamanan pelanggan pada saat penagihan kredit. Tujuan dari artikel ini adalah sebagai usaha konkret dalam mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada PT FIFGROUP Cabang Dumai dan mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat kepuasan pelanggan yang dimaksud.

2. METODE

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif (Hijeriah & Sofyan, 2022). Sampel karyawan menggunakan metode sampling jenuh. Pelanggan dengan metode accidental sampling. Jumlah sampel sebesar 136 orang. FIFGROUP Cabang Dumai dilakukan sebagai lokasi penelitian. Analisis data menggunakan Statistik Deskriptif adalah digunakan untuk menganalisa data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Erlianti et al., 2022). Pengolahan data dengan menggunakan *rating scale*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kesesuaian produk atau layanan yang dirisakan oleh pelanggan menjadi hal yang penting dalam melakukan hal yang paling penting dalam sebuah perusahaan jasa (Kalangi et al., 2023). Seiring berkembangnya zaman, pelanggan akan memiliki banyak sekali berbagai kebutuhan (Sutrisno & Darmawan,



2022). Dengan banyaknya jenis layanan yang di berikan, dalam hal ini PT FIFGROUP Cabang Dumai diharapkan dapat menjawab semua kebutuhan pelanggannya.

Temuan Penelitian:

1. Kualitas Produk

Hasil penelitian terhadap kualitas produk pada PT FIFGROUP Cabang Dumai yang diukur melalui tiga sub indikator, antara lain: adalah terdapat variasi atau keberagaman produk yang ditawarkan kepada pelanggan, kehandalan produk yang diberikan, kesesuaian produk yang ditawarkan dengan permintaan pelanggan dengan total skor seluruhnya 1.058 dimana F 261 sebesar 64% responden mengatakan puas.

2. Kualitas Pelayanan

Hasil penelitian terhadap kualitas pelayanan pada PT FIFGROUP Cabang Dumai yang diukur yaitu: terdapat sarana dan prasarana yang memadai dalam proses pelayanan, terdapat karyawan yang mampu memberikan pelayanan dengan cepat, tepat, dan akurat, sementara terdapat karyawan yang ramah pada saat memberikan pelayanan kepada pelanggan, dengan total skor sebesar 995 dimana F 214 sebesar 52% responden mengatakan puas.

3. Emosional

Hasil penelitian terhadap aspek emosional pada PT FIFGROUP Cabang Dumai yang diukur, yaitu: kenyamanan atas pelayanan yang dirasakan pelanggan, rasa bangga pelanggan saat menggunakan jasa PT FIFGROUP Cabang Dumai, sementara terdapat karyawan yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan total skor seluruhnya 938 dimana F 194 sebesar 48% responden mengatakan cukup puas.

4. Harga

Hasil penelitian terhadap aspek harga, yaitu: harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan, penetapan harga produk sesuai dengan harapan pelanggan, sementara terdapat harga yang kompetitif dengan produk lain sejenis. Dengan total skor seluruhnya 1.008 dimana F 219 sebesar 54% responden mengatakan puas.

5. Biaya

Hasil penelitian menunjukkan pada biaya, yaitu: kepastian biaya dalam administrasi, transparansi biaya denda, sementara terdapat kemudahan dalam pembayaran produk. Dengan total skor seluruhnya 1.029 dimana F 255 sebesar 63% responden mengatakan puas. Hasil penelitian tingkat kepuasan pelanggan Pada PT Federal International Finance Group (FIFGROUP) Cabang Dumai :

Tabel 1. Rekapitulasi Skor Jawaban Responden

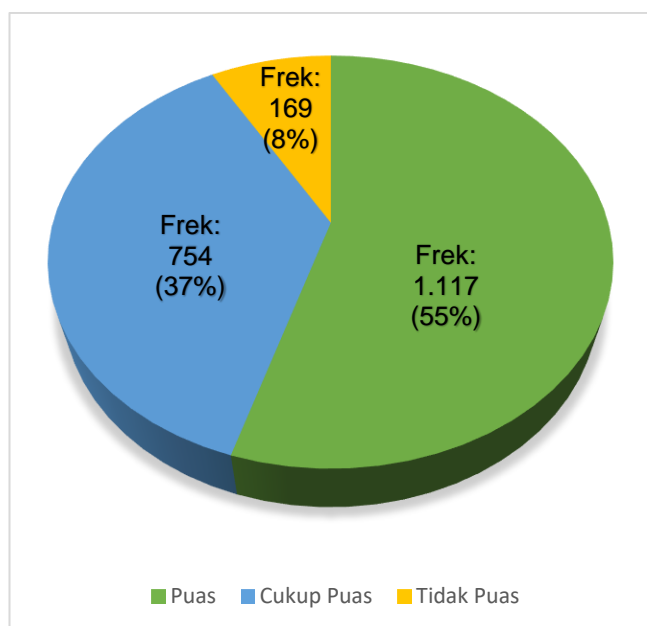
| No | Indikator | Kriteria Penilaian | | | | Jumlah |
|---------------|-----------|--------------------|-------|-------|-----|--------------|
| | | Jenis | P | CP | TP | |
| 1 | Kualitas | Frek | 261 | 128 | 19 | 408 |
| | Produk | Skor | 783 | 256 | 19 | 1.058 |
| 2 | Kualitas | Frek | 214 | 159 | 35 | 136 |
| | Pelayanan | Skor | 642 | 318 | 35 | 995 |
| 3 | Emosional | Frek | 168 | 194 | 46 | 408 |
| | | Skor | 504 | 388 | 46 | 938 |
| 4 | Harga | Frek | 219 | 162 | 27 | 408 |
| | | Skor | 657 | 324 | 27 | 1.008 |
| 5 | Biaya | Frek | 255 | 111 | 42 | 408 |
| | | Skor | 765 | 222 | 42 | 1.029 |
| Jumlah | | Frek | 1.117 | 754 | 169 | 2.040 |
| | | Skor | 3.351 | 1.508 | 169 | 5.028 |

Sumber : Hasil Olahan Data Tabun 2022

Hasil penelitian, menunjukkan puas. Hal ini dapat diketahui dari hasil tanggapan 136 responden terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada PT FIFGROUP Cabang Dumai melalui lima indikator yaitu faktor kualitas produk, faktor kualitas pelayanan, faktor emosional, faktor harga dan faktor biaya diperoleh jumlah total skor adalah 5.028. Hal ini dapat dilihat dari 136 responden dengan frekuensi 2.040, tanggapan responden yang menyatakan Puas (P) dengan frekuensi sebesar 1.117 (55%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram berikut ini:



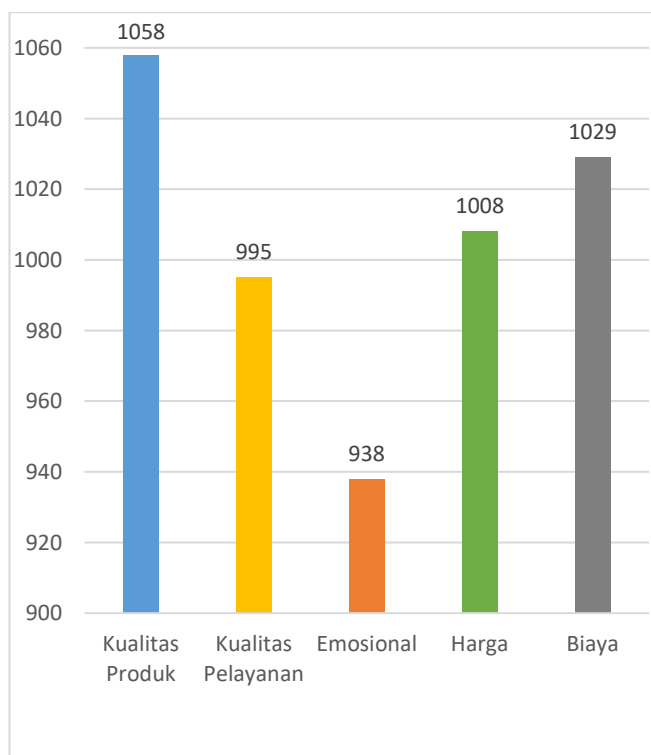
Gambar 1. Diagram Hasil



Sumber : Hasil Olahan Data Tabun 2022

Sedangkan jika dilihat dari diagram batang disajikan sebagai berikut:

Gambar 2. Diagram Batang



Sumber : Hasil Olahan Data Tabun 2022

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan kepuasan pelanggan berada pada kategori puas, dengan total skor sebesar 5.028. Aspek yang mendukung memiliki kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Dengan variasi produk dan ragam pembiayaan. Memiliki biaya dan kemudahan dalam pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari kepastian biaya atau kejelasan tarif pelayanan bagi pelanggan serta lokasi yang strategis membuat transaksi pembayaran menjadi lebih mudah. Sementara aspek yang menjadi kelemahan yaitu aspek emosional pelanggan. Kurangnya rasa bangga yang dimiliki oleh pelanggan pada saat menggunakan jasa layanan maupun produk dan keramahan karyawan dalam menyapa pelanggan yang menjadi bagian pelayanan pada PT FIFGROUP Cabang Dumai. Dalam hal ini perlu perhatian dari kepala cabang PT FIFGROUP Cabang Kota Dumai Dalam hal kenyamanan ketika memberikan pelayanan kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas. Dan memantau pekerjaan karyawan dalam urusan menginput data pelanggan agar pelanggan tidak merasa dirugikan.

5. REFERENSI

- Anwar, R. S., Ikhwan, S., & Khojin, N. (2022). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Kedai Kopi He Kafei). *Aurelia: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1), 88–95.
- Ayuningtyas, E., Santoso, B., & Winahyu, P. (2023). Analisis Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Diversifikasi Produk, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(1), 99–114.
- Erlianti, D., Amelia, R., & Afrizal, D. (2022). Pelayanan Air Minum Perumda Air Minum Cabang Duri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pajak*, 2(1), 20–28.
- Erlianti, D., & Sari, N. I. (2019). Analisis Akuntabilitas Pelayanan Kantor Lurah Bukit Timah Kecamatan Dumai Selatan Kota Dumai Dalam Pelaksanaan Pelayanan Administrasi Kependudukan. *Jurnal Niara*, 12(1), 35–45.
- Fawzy, I., Sumowo, S., & Saidah, N. (2023). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Stasiun Cafe Balung Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(1), 47–51.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand:



- Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapa*, 3(3), 329–346.
- Hidayatullah, R. D., Satoto, E. B., & Murtaliningtyas, W. (2023). Study Empiris Kepuasan Pelanggan Terhadap Cafe Wm (Warungmu) Wuluhan Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(1), 52–58.
- Hijeriah, E. M., & Sofyan. (2022). Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada PT Dasatama Cemerlang Motorindo Dumai. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pajak (EJAK)*, 2(1), 29–34.
- Hildawati, H., & Afrizal, D. (2021). Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pertamina RU II Dumai. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 19(2), 60–74.
- Hildawati, H., Suri, D. M., Afrizal, D., & Erlianti, D. (2022). Evaluasi Kualitas Pelayanan RSUD Kota Dumai Terhadap Pengguna Kartu BPJS Kesehatan Menggunakan Indeks Kepuasan Masyarakat. *Publika*, 8(2), 224–239. [https://doi.org/10.25299/jiap.2022.vol8\(2\).10577](https://doi.org/10.25299/jiap.2022.vol8(2).10577)
- Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(3), 1281–1288. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i3.629>
- Kalangi, A. D. L., Massie, J. D. D., W.J.Ogi, I., & Korompis4, F. L. S. (2023). Peranan Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rumah Kopi Glori-A Kawangkaon. 11(1), 23–32.
- Praditya, R. A. (2022). Kinerja Organisasi Pada Manajemen Rantai Pasokan Pariwisata : Bagaimana Peran Manajemen Sumber Daya Manusia, Kepuasan Pelanggan ? *International Journal Of Social, Policy And Law (IJOSPL)*, 03(02), 17–21.
- Pramudita, D. T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., & Adilah, R. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan: Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 424–436.
- PratiwiDe, N. P. S., & Kusyana, wa N. B. (2023). Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Toko Ritel dengan Store Atmosphere dan Kepuasan Pelanggan. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Parivisata*, 3(1), 137–148.
- Shaliza, F., & Yanti, D. R. (2022). Faktor Penentu Kepuasan Pelanggan Grapari Telkomsel Dumai. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pajak (EJAK)*, 2(2), 30–35.
- Sutrisno, R. I., & Darmawan, D. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan, Diversifikasi Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen, Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 2(1), 1–12.
- Wahyudi, I. Y. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada UD Tirta Jaya Usaha. STIE Malangkucecwara.
- Yuhardi, Y., Sari, T. V., & Afrizal, D. (2022). Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mayang Suri Hotel. *Ekonomika*, 6(1), 123–130. <https://doi.org/10.32503/jmk.v5i2.1003>