

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pelayanan prima memiliki konsep yang sangat penting pada suatu perusahaan, di mana persaingan semakin ketat dan ekspektasi pelanggan semakin tinggi. Di tengah perkembangan teknologi dan informasi yang pesat, pelanggan kini memiliki lebih banyak pilihan dan akses untuk mengevaluasi kualitas layanan yang mereka terima. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk tidak hanya menyediakan produk berkualitas, tetapi juga pengalaman pelayanan yang unggul.

Menurut Kotler (2005), dalam bukunya *Marketing Management*, menyatakan bahwa pelayanan prima merupakan suatu usaha perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui layanan yang cepat, tepat, dan memenuhi kebutuhan konsumen. Kotler menekankan pentingnya orientasi pelanggan dalam setiap proses layanan, di mana kepuasan pelanggan adalah hasil dari pengalaman positif yang konsisten dari layanan yang diberikan. Implementasi pelayanan prima menurut Kotler berfokus pada penciptaan nilai bagi pelanggan dan membangun loyalitas jangka panjang.

Pelayanan prima berfokus untuk memenuhi kebutuhan dan pelayanan yang terbaik dengan mengutamakan kebutuhan dan harapan dari masyarakat. Keputusan untuk melaksanakan pelayanan prima di perusahaan atau instansi-instansi pemerintahan tidak lain ialah untuk mendapatkan pengakuan dari masyarakat (penerima layanan) akan kualitas pelayanan di perusahaan atau instansi-instansi tersebut yang semakin meningkat. Kualitas pelayanan diperlukan untuk memenuhi

keinginan pelanggan Indahingwati (2019).

Pelayanan prima tidak hanya berfokus pada kepuasan pelanggan, tetapi juga menciptakan loyalitas jangka panjang. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik, perusahaan dapat membangun reputasi yang kuat, meningkatkan retensi pelanggan, dan menarik pelanggan baru melalui rekomendasi positif. Dalam konteks ini, setiap interaksi antara perusahaan dan pelanggan menjadi momen penting yang dapat memengaruhi persepsi dan keputusan pelanggan. Pelayanan prima pada suatu perusahaan sangat penting karena itu akan menampilkan keramahan dan sikap yang positif dalam memberikan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Pelayanan berkualitas, yang juga dikenal sebagai pelayanan prima, adalah standar terbaik yang harus dipenuhi dalam memberikan servis. Pelaksanaan pelayanan prima di perusahaan sangat diperlukan. Dengan memberikan pelayanan terbaik, sebuah instansi atau penyedia jasa dapat meningkatkan citra dan reputasinya. Oleh karena itu, kualitas yang diberikan kepada konsumen akan membuat mereka semakin puas dengan perkembangan instansi atau penyedia jasa tersebut. Peran pelayanan prima di sektor jasa dapat dimulai dengan memahami bahwa dalam era persaingan global yang semakin ketat, pelayanan prima menjadi salah satu kunci utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing perusahaan. Pelayanan prima bukan hanya sekadar memberikan produk atau jasa yang berkualitas, tetapi juga melibatkan

bagaimana perusahaan dapat memenuhi, bahkan melebihi, harapan pelanggan melalui pengalaman layanan yang memuaskan.

Di sektor jasa, interaksi langsung antara pelanggan dan penyedia jasa sangat menentukan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan. Perusahaan yang berhasil mengimplementasikan pelayanan prima secara efektif akan mampu membangun reputasi yang baik, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Hal ini penting karena, tidak seperti produk fisik, jasa bersifat tidak berwujud dan sangat bergantung pada kualitas interaksi dan pengalaman yang dirasakan pelanggan. Kualitas pelayanan diperlukan untuk memenuhi keinginan pelanggan Indahingwati (2019). Kualitas pelayanan yang dilaksanakan sebagai bisnis dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang harus dilaksanakan dengan maksimal karena pelanggan adalah raja dan harus dilayani dengan sebaik mungkin karena pelanggan tersebut mempunyai kontribusi besar pada kelangsungan hidup organisasi atau menyediakan jasa.

Jadi apabila suatu layanan yang diterima dapat memenuhi apa yang konsumen harapkan maka jasa dikatakan positif atau baik. Apabila *perceived service* dapat melebihi *expected service* maka dapat diasumsikan sebagai kualitas pelayanan yang ideal. Sebaliknya jika *perceived service* buruk dari pada *expected*, maka dapat diasumsikan kualitas pelayanannya yang buruk tau *negative*. Oleh karena itu, positif atau negative suatu kualitas pelayanan yang diasumsikan pelanggan kepada perusahaan tergantung bagaimana kemampuan perusahaan dan staffnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten dengan baik.

Salah satu perusahaan yang menerapkan kegiatan peran pelayanan prima dalam meningkatkan efektivitas operasional di sektor jasa dalam meningkatkan penjualan produknya PT Semen Padang. Sebagai perusahaan yang bergerak di industri semen, PT Semen Padang menyadari pentingnya pelayanan yang optimal tidak hanya dalam aspek kualitas produk, tetapi juga dalam penyampaian layanan yang responsif dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pelayanan prima ini mencakup berbagai aspek, mulai dari komunikasi yang efektif, kecepatan respons terhadap keluhan dan permintaan pelanggan, hingga peningkatan infrastruktur pelayanan seperti pusat layanan pelanggan yang mudah diakses.

Seperti PT Semen Padang, perlu menyadari bahwa pelayanan prima merupakan bagian integral dari strategi bisnis. Dengan memfokuskan upaya pada kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang cepat, ramah, dan tepat sasaran, perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing. Implementasi pelayanan prima ini melibatkan berbagai aspek, seperti pelatihan sumber daya manusia, penggunaan teknologi informasi yang efisien, serta penerapan sistem manajemen kualitas yang berkelanjutan.

Sebagai salah satu perusahaan yang memiliki banyak hubungan dengan masyarakat atau dengan orang memiliki kepentingan. PT. Semen Padang memiliki kualitas pelayanan yang baik. Hal ini dilakukan untuk menghindari adanya keluhan yang tidak diinginkan dari konsumen ataupun masyarakat yang mengurus keperluan pada perusahaan tersebut. Pada PT. Semen Padang di bidang sarana dan prasarana terdiri dari enam faktor yaitu sikap (*attitude*), perhatian (*attention*), Tindakan (*action*), kemampuan (*ability*), penampilan (*appearance*), dan tanggung

jawab (*accountability*) yang diberikan oleh kantor kepada para pelaku UMKM.

PT Semen Padang telah memperoleh berbagai penghargaan di bidang kualitas pelayanan, yang mencerminkan komitmennya untuk terus meningkatkan layanan kepada pelanggan dan masyarakat. PT semen padang meraih berbagai prestasi yaitu:

Tabel 1. 1 Prestasi PT Semen Padang

No	Bidang Prestasi	Nama Prestasi	Tahun
1	Lingkungan	PROPER Emas dari Kementerian LHK	2023
2	CSR	2 Platinum – Indonesian CSR Awards oleh CFCD	2023
3	Kesehatan	Penghargaan atas dukungan pencegahan stunting dari Wali Kota Padang	2023
4	Inovasi (Internasional)	<i>Predikat Excellent – International Quality &amp; Productivity Convention (Kuala Lumpur)</i>	2023
5	Sistem Manajemen Energi	Sertifikasi SNI ISO 50001:2018 untuk Pabrik Indarung V	2023
6	Heritage	Penetapan Kawasan Indarung I sebagai Cagar Budaya Nasional oleh Kemendikbud Ristek RI	2023
7	Arsip	Arsip Pabrik Indarung I sebagai Memori Kolektif Bangsa oleh ANRI	2023
8	Tenaga Kerja	Platinum – Pencegahan Covid-19 di tempat kerja oleh Kemnaker	2023
9	Komunikasi	Perusahaan Berpengaruh di bidang Komunikasi – PR Indonesia	2023
10	Branding	<i>Corporate Branding PR Awards – Kategori Perusahaan Semen oleh Iconomics</i>	2021

Sumber : Humas PT Semen Padang, 2025

PT Semen Padang menunjukkan komitmennya untuk selalu menjaga kualitas layanan melalui berbagai penghargaan yang diterima, salah satunya adalah Pelanggan Terbaik Layanan Jasa Sertifikasi dari Balai Riset dan Standardisasi Industri Padang. Penghargaan ini menegaskan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan pelanggan, tetapi juga memastikan kualitas

dalam proses sertifikasi dan riset, yang merupakan bagian penting dari upaya peningkatan kualitas layanan secara keseluruhan.

Tujuan dilakukannya peran pelayanan prima dalam meningkatkan efektivitas operasional di sektor jasa pada PT Semen Padang adalah untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, memperkuat daya saing perusahaan, serta memastikan keberlangsungan bisnis di tengah persaingan industri semen yang ketat. Dengan memberikan pelayanan yang andal, responsif, dan berkualitas, PT Semen Padang berusaha memenuhi, bahkan melebihi, harapan pelanggan, sehingga menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Melalui pelayanan yang optimal, PT Semen Padang dapat membedakan dirinya dari kompetitor, meningkatkan nilai tambah bagi pelanggan, dan mendukung keberhasilan proyek-proyek konstruksi yang menjadi pengguna utama produknya.

Penggunaan teknologi juga menjadi bagian penting, di mana pelanggan dapat melakukan pemesanan, melacak pengiriman, dan mendapatkan informasi produk secara online, sehingga memberikan kemudahan dalam berinteraksi dengan perusahaan. PT Semen Padang juga fokus pada pengembangan sumber daya manusia, dengan memberikan pelatihan berkala kepada karyawan agar dapat memberikan layanan yang profesional dan ramah. Selain itu, perusahaan menjamin kualitas produk dan menyediakan layanan purna jual yang mendukung pelanggan pasca pembelian. Melalui evaluasi berkelanjutan dari feedback pelanggan, PT Semen Padang terus memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan untuk menjaga kepercayaan dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Peran pelayanan prima di PT Semen Padang berperan penting dalam meningkatkan efektivitas operasional perusahaan. Misalnya, dengan memberikan pengalaman layanan yang cepat, tepat, dan sesuai harapan pelanggan, perusahaan dapat mengurangi waktu yang terbuang untuk menangani keluhan, mempercepat proses pemesanan dan distribusi produk, serta meningkatkan efisiensi secara keseluruhan. Dalam dunia yang serba digital ini, PT Semen Padang juga perlu mengintegrasikan teknologi untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi dan memperoleh informasi produk, yang pada gilirannya juga berkontribusi pada operasional yang lebih efektif.

Dengan demikian, pelayanan prima bukan hanya tentang memberikan layanan yang baik, tetapi juga berfungsi sebagai faktor kunci dalam meningkatkan efektivitas operasional PT Semen Padang di sektor jasa. Hal ini mencakup pengelolaan interaksi dengan pelanggan yang lebih efisien, meminimalkan gangguan operasional, dan menciptakan pengalaman positif yang berkelanjutan, yang akhirnya mendukung kesuksesan dan daya saing perusahaan di pasar yang semakin kompetitif. Maka dari itu ketika PT. Semen Padang berupaya melayani pelanggan, masyarakat atau konsumen harus mempertimbangkan semua hal yang telah disebutkan diatas agar terciptanya tujuan pelayanan yang berkualitas dan menciptakan kepuasan baik bagi penyedia jasa maupun penerima jasa. Dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk membahas judul lebih lanjut tentang **“PERAN PELAYANAN PRIMA DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS OPERASIONAL DISEKTOR JASA PADA PT. SEMEN PADANG”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul dan penjelasan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimanakah implementasi pelayanan prima di PT Semen Padang dalam meningkatkan efektivitas operasional di sektor jasa?
2. Apakah faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan pelayanan prima di PT Semen Padang?

## 1.3 Tujuan Magang

Berdasarkan judul dan penjelasan diatas maka, tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana penerapan pelayanan prima di PT Semen Padang dalam meningkatkan efektivitas operasional di sekrot jasa, mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat implementasi pelayanan prima di PT Semen Padang.

## 1.4 Metode Magang

Metode observasi dilapangan digunakan dalam penelitian selama 40 hari kerja pada PT. Semen Padang. Dengan kata lain, penelitian ini dilakukan secara langsung di lapangan. Metode observasi ini dilakukan dengan cara pengambilan informasi melalui peninjauan secara langsung pada PT. Semen Padang.

## 1.5 Tempat dan Waktu Magang

Magang dilaksanakan pada PT. Semen Padang yang berlokasi Jl. Raya Indarung, Kec. Lubuk Kilangan Kota Padang, Sumatera Barat. Dengan waktu pelaksanaan 40 hari kerja.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Agar lebih terarahnya penulisan proposal magang ini, maka penulis membuat sistematika penulisan yang terdiri dari 5 (lima) bab yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisikan latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan magang, manfaat magang, metode yang digunakan, lokasi dan durasi penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisannya.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan berbagai teori yang mendukung penelitian, digunakan sebagai landasan untuk menunjang penelitian yang akan dilaksanakan berdasarkan topik yang dibahas.

### **BAB III GAMBARAN UMUM**

Bab ini menjelaskan secara umum tentang perusahaan tempat penulis akan melakukan penelitian, yaitu PT. Semen Padang. Pembahasannya meliputi profil perusahaan yang berisi kegiatan utama yang dilakukan perusahaan serta visi dan misi perusahaan dan sejarah berdirinya PT. Semen Padang.

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan Peran Pelayanan Prima dalam Meningkatkan Efektivitas Operasional di Sektor Jasa PT. Semen Padang. Mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT Semen Padang, pembahasan yang disesuaikan dengan fakta-fakta di lapangan. Bab ini juga akan memberikan jawaban atas rumusan masalah serta mencapai tujuan penelitian yang

telah ditetapkan.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran-saran yang sifatnya membangun, rekomendasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan, guna untuk perbaikan dan perubahan di masa yang akan datang.

