

ANALISIS PELAYANAN PELAKU BISNIS KONVEKSI DISTRO REDSHOP DI JALAN DIPONEGORO 64 KABUPATEN JEMBER

THE ANALYSIS OF BUSINESSMAN'S SERVICE IN THE CONVECTION DISTRIBUTION REDSHOP AT DIPONEGORO STREET 64 JEMBER REGENCY

Febri Dwi Hendriyanto, Dr. Sukidin, M.Pd, Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd
Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan IPS, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Jember (UNEJ)

Sukidin2005@yahoo.co.id

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pelayanan pelaku bisnis konveksi Distro Redshop di Jalan Diponegoro 64 Kabupaten Jember. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area*, sedangkan untuk menentukan subjek dan informan penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumen. Metode analisis data penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen supaya lebih baik, dibutuhkan beberapa bentuk pelayanan yakni ketersediaan produk branded, sikap tanggap kepada konsumen, dan pelayanan online. Dari beberapa bentuk pelayanan diatas yang paling efektif diterapkan yakni ketersediaan produk branded, banyaknya produk branded di yakini mampu memberikan ciri khas bagi Distro Redshop dan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memilih produk sesuai dengan model dan merk yang diinginkan, selain itu sikap tanggap kepada konsumen merupakan salah satu bentuk pelayanan yang diterapkan oleh penanggung jawab Distro Redshop dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, karena konsumen merupakan seorang teman yang harus dilayani dengan cepat, tepat dan siap memberikan informasi kepada konsumen.

Kata kunci: Produk branded, sikap tanggap, pelayanan online

Abstract: *The purpose of this research is to analyze services business doers convection distro redshop at Diponegoro Street 64 Jember Regency. The determination of recipient the research uses a method of purposive area, while to determine the subject and informants the research uses a method of sampling. Purposive data collection using methods interview, observation, and documents. The method of analysis of lab data was used in the reduction of the data, presentation of data and conclusions. The research results show that to improve the service to consumers so that greater good it takes a few forms of services namely ketersediaan, products branded attitude responsive to customers, and services online. From some form of service above most effectively implemented namely branded products, many branded products in believe to be able to provide the unique characteristics of for Distro Redshop and provide facilities for consumers to choose products according to a model and brands desirable, in addition the attitude of response.*

Keywords: Branded products, responsive, online service.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan ekonomi yang cepat dapat menimbulkan persaingan dalam dunia bisnis. Banyak unit usaha yang menghasilkan barang dan jasa sehingga menimbulkan persaingan yang ketat, tidak terkecuali Jember. Jember banyak berdiri toko konveksi seperti distro (distribution outlet) yang menyediakan produk (kaos, celana pendek, celana panjang, kemeja, tas) dan asesoris dari berbagai macam strategi promosi, kualitas dan pelayanan untuk menarik minat konsumen. Salah satu cara untuk menarik minat konsumen yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang baik, sopan, ramah dan luwes kepada konsumen.

Pada dasarnya pelayanan adalah bentuk interaksi yang dilakukan oleh seorang karyawan kepada konsumen untuk mengenalkan produk atau jasa yang diperjualbelikan/ditawarkan dengan baik, sopan, ramah dan memberikan diskon khusus pelanggan. Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Hal itu telah dilakukan oleh pelaku bisnis konveksi Distro Redshop dengan melakukan beberapa macam bentuk pelayanan dengan cara yang ramah, sopan dan menganggap konsumen sebagai teman yang harus dilayani dengan baik. Dari hasil wawancara awal yang dilakukan oleh peneliti kepada penanggung jawab Distro Redshop, dalam berbisnis seperti distro membutuhkan modal yang sangat banyak, modal tersebut digunakan untuk keperluan interior distro seperti hanger dan produk didalam distro (kaos, celana pendek, celana panjang, kemeja, sepatu dan asesoris lainnya), Selain pemenuhan interior distro, pembentukan image sangat perlu dilakukan dengan cara promosi yang tepat kepada konsumen seperti melalui media internet, televisi dan stiker supaya konsumen mudah mengetahui untuk membaca dan melihat. Semua itu merupakan salah satu strategi pelayanan yang dilakukan oleh salah satu pelaku bisnis konveksi Distro Redshop Jalan Diponegoro

64 Kabupaten Jember dari beberapa banyak distro yang ada di Jember seperti 3second, The Brendead, Morehead, Rock Head. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen disetiap outlet/distro tidak sama, perbedaan distro Redshop dengan distro lain yaitu distro Redshop sudah melakukan promosi di berbagai media khususnya internet (online), televisi, dan sponsor seperti pada saat ini telkomsel, sehingga memaksimalkan tersampainya informasi kepada konsumen dalam jangkauan yang sangat luas.

Selain itu banyaknya produk terbaru dengan merk Kiddrock, Aurel yang sudah banyak digunakan oleh artis terkenal seperti Al Ghozali dan masih banyak produk, merk yang digunakan oleh artis lainnya, sehingga memberikan kesan percaya diri kepada konsumen yang menggunakan merk tersebut. Menurut Hamdani (2006:182) dalam dimensi kualitas jasa yang salah satu poinnya adalah bukti langsung (*tangible*) yakni meliputi penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitar merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Bukti langsung yang dimaksud yakni ketersediaan produk branded, misalnya merk-merk yang disebutkan diatas seperti Kiddrock dan Aurel, dengan adanya produk branded tersebut mampu memberikan ciri khas bagi Distro Redshop dengan pesaing distro lainnya.

Distro Redshop mempunyai banyak pesaing baik dari distro lain atau toko konveksi biasa seperti *i love* Jember, walaupun dalam kenyataannya produk yang ada di Distro Redshop tidak banyak mempunyai kesamaan, terbaru. Hal itu dilakukan untuk memenuhi selera dari masing-masing konsumen yang mayoritas tidak sama. Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Pelayanan Pelaku Bisnis Konveksi Distro Redshop di Jalan Diponegoro 64 Kabupaten Jember".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang sebagai penelitian kualitatif deskriptif yaitu suatu penelitian yang merangkum, medeskripsikan fakta-fakta yang

ditemukan dilapangan untuk mengetahui analisis pelayanan pelaku bisnis koveksi Distro Redshop di Jalan Diponegoro 64 Kabupaten Jember. Penentuan subjek dan informan penelitian menggunakan metode *purposive sampling*, subjek penelitian yakni penanggung jawab Distro Redshop dan informan penelitian karyawan dan konsumen yang sering atau jarang datang di Distro Redshop. Penggumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu dengan reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian pada pelaku bisnis konveksi Distro Redshop di Jalan Diponegoro 64 Kabupaten Jember untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen supaya lebih baik, dibutuhkan beberapa bentuk pelayanan yakni ketersediaan produk branded, sikap tanggap kepada konsumen, dan pelayanan online. Berdasarkan hasil penelitian produk branded yang ada di Distro Redshop meliputi beberapa merk yakni Kiddrock, aurel dan merk lain seperti black angel dan masih banyak merk lain yang disediakan oleh Distro Redshop, adanya produk branded tersebut banyak diminati oleh konsumen terutama konsumen laki-laki, karena Distro Redshop konsen kepada pakaian khusus laki-laki walaupun ada produk dan aksesoris perempuan tetapi jarang, sehingga ketika konsumen laki-laki membutuhkan produk dengan merk diatas pasti datang di Distro Redshop.

Dalam pemilihan produk konsumen laki-laki tidak kebanyakan tanya, mereka membeli produk berdasarkan iklan yang dilihat di tv atau merk-merk yang sudah terkenal digunakan oleh artis, berbeda dengan konsumen perempuan yang kebanyakan tanya terhadap produk yang mereka beli. Produk branded tersebut mempunyai harga bervariasi yaitu berkisar dari Rp 90.000-110.000 sedangkan kemeja dan celana sampai Rp110.000 keatas, itupun melihat merk-merk tertentu, selain itu Distro Redshop juga menyediakan produk kaos dengan harga yang sangat murah yaitu dibawah harga diatas yang disebutkan, harga produk branded diatas ada yang mengatakan

murah dan mahal sesuai dengan pernyataan dari masing-masing konsumen, karena setiap konsumen mempunyai pendapat yang berbeda.

Berdasarkan hasil penelitian sikap tanggap kepada konsumen merupakan suatu kebijakan membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas. Sikap tersebut merupakan yang diharapkan oleh konsumen dalam menerima pelayanan yang baik dan cepat direspon ketika konsumen datang, sehingga konsumen merasa diperhatikan, karena ketika hal tersebut terwujud maka konsumen akan merasakan kepuasan.

Hal tersebut juga dilakukan oleh Distro Redshop dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yakni dengan cepat, segera merespon konsumen yang datang (memberi sambutan berupa salam yang menjadi ciri khas Distro Redshop tersebut yaitu dengan panggilan bos untuk konsumen), memberikan solusi dan menjawab pertanyaan atau permintaan konsumen ketika konsumen mengalami kesulitan dalam memilih produk, misal produk kekecilan atau warna kurang sesuai.

Distro Redshop juga menyediakan beberapa ukuran dan warna sesuai keinginan konsumen, misalnya mulai ukuran S, M, L, XL, XXL dan warna yang lengkap dari putih, merah, hitam dan masih banyak warna lain yang disediakan oleh Distro Redshop. Jenis ukuran produk kaos seperti S dan XL jarang ada karena distro menyediakan ukuran yang pas dan sedang, selain itu untuk ukuran lain yang paling besar yakni XXL untuk produk celana, karena ukuran tersebut disediakan untuk konsumen yang mempunyai ukuran badan lebih besar.

Berdasarkan hasil penelitian pelayanan online merupakan suatu aktifitas bisnis menawarkan produk/jasa yang sebagian atau seluruh kegiatannya dilakukan melalui media internet. Pelayanan online yang dilakukan oleh Distro Redshop yaitu dengan cara mengakses Distro Redshop Jember atau mengunjungi halaman di www.Redshop64@yahoo.com, sehingga memudahkan konsumen untuk berbelanja produk melalui media internet. Pelayanan online yang dilakukan oleh Distro Redshop sudah mencapai jangkauan yang luas, misalnya pada waktu kemarin Distro Redshop

melayani pembelian konsumen Jenggawah yang bekerja di Malaysia, pelayanan online itu sendiri terus dijalankan dengan cara menyediakan laptop dan wifi di distro tersebut untuk memantau, melayani konsumen yang melakukan pembelian melalui media internet.

Adapun perbedaan antara pelayanan online dengan pelayanan konvensional yakni mengenai pendapatan yang diperoleh, tetapi masalah pendapatan pemilik distro tidak memberikan informasi. Ternyata konsumen lebih senang datang di tempat daripada melakukan pembelian secara online, karena konsumen bisa langsung berinteraksi dengan karyawan atau pemilik distro dan melihat produk yang mereka inginkan.

PEMBAHASAN

Bentuk pelayanan yang diberikan oleh Distro Redshop yakni ketersediaan produk branded. Produk yang disediakan meliputi beberapa merk (Kiddrock, Aurel) dan model yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Fakta tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Hamdani (2006:182) dalam dimensi kualitas jasa yang menjelaskan bahwa bukti langsung adalah penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitar, merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Produk yang disediakan oleh Distro Redshop kebanyakan baju dan celana karena keduanya merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dalam berpenampilan.

Produk branded tersebut mempunyai beberapa varian harga mulai dari Rp100.000 sampai 110.000 yang ditunjukkan untuk memberikan pilihan harga kepada konsumen yang datang. Selain itu Distro Redshop juga menyediakan produk yang lebih murah dari produk branded, hal tersebut ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang mencari harga standar.

Selanjutnya sikap tanggap yang ditunjukkan oleh karyawan Distro Redshop yakni dengan cara memberikan pelayanan cepat, segera merespon dan memberikan informasi secara jelas tentang produk yang diinginkan oleh konsumen, misalnya masalah yang dihadapi oleh konsumen mengenai ukuran dan warna produk. Distro Redshop

menyediakan beberapa ukuran mulai S sampai XXL dengan warna mulai hitam, putih dan warna lainnya, sehingga semua pemenuhan kebutuhan konsumen dalam memilih produk distro menjadi tanggung jawab karyawan untuk melayani. Fakta tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Hamdani (2006:182) dalam dimensi kualitas jasa yang salah satu poinnya adalah daya tanggap (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

Pelayanan online merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menarik minat konsumen dengan memberikan kemudahan bagi konsumen dalam pemesanan produk melalui media sosial atau internet. Sesuai dengan yang diungkapkan Shurety (1999) bisnis online adalah mengenai penggunaan teknologi internet untuk melakukan transformasi proses bisnis yang dilakukan. Penjualan melalui media internet atau pelayanan online sebenarnya lebih memudahkan konsumen untuk memesan produk yang diinginkan tanpa datang ditempat, sehingga konsumen cukup melihat gambar dan rincian harga.

Hal tersebut juga dilakukan oleh Distro Redshop dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Konsumen dapat melakukan pemesanan produk melalui media internet dengan mengakses Distro Redshop Jember atau www.Redshop64@yahoo.com, dengan mengakses website tersebut maka konsumen bisa melihat produk yang mereka inginkan. Pelayanan online yang dilakukan oleh Distro Redshop sudah mencapai jangkauan yang luas yakni melayani konsumen Jenggawah yang bekerja di Malaysia.

Konsumen lain yakni dari Bondowoso yang pada saat itu membeli satu tas dan konsumen Madura dengan produk yang dibeli yakni satu kemeja, untuk pemilihan produk biasanya konsumen langsung memilih sendiri sesuai dengan keinginan mereka sedangkan untuk biaya pengiriman ditanggung oleh Distro Redshop. Dari pelayanan online yang dilakukan oleh Distro Redshop ternyata ditemukan fakta tentang perbedaan pendapat antara pelayanan online dengan penjualan konvensional.

Pendapatan yang diperoleh dari pelayanan online dengan penjualan konvensional ternyata lebih tinggi pendapatan konvensional karena konsumen lebih sering datang di Distro Redshop daripada melakukan pembelian secara online.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti kepada subjek penelitian yaitu penanggung jawab Distro Redshop di Jalan Diponegoro 64 Kabupaten Jember untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen supaya lebih baik, maka dibutuhkan beberapa macam bentuk pelayanan yaitu ketersediaan produk branded, sikap tanggap kepada konsumen, dan pelayanan online. Ketiga komponen tersebut yang selama ini diterapkan oleh Distro Redshop dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

Selain itu dari penelitian yang sudah dilakukan ditemukan beberapa fakta mengenai hasil penelitian yang dilakukan oleh pemilik Distro Redshop dalam memberikan pelayanan yaitu ketersediaan produk branded, banyaknya produk branded di yakini mampu memberikan ciri khas bagi Distro Redshop dan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memilih produk sesuai dengan model dan merk yang diinginkan, selain itu sikap tanggap kepada konsumen merupakan salah satu bentuk pelayanan yang diterapkan oleh pemilik Distro Redshop dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, karena konsumen merupakan seorang teman yang harus dilayani dengan cepat, tepat dan siap memberikan informasi kepada konsumen.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan maka dapat diberikan saran pada penanggung jawab Distro Redshop di Jalan Diponegoro 64 Kabupaten Jember, untuk bentuk pelayanan seperti ketersediaan produk branded, sikap tanggap kepada konsumen, dan pelayanan online sudah dilakukan dengan baik, tetapi ada salah satu bentuk pelayanan seperti pelayanan online kurang maksimal dalam penerapannya karena bagian promosi tidak langsung mengupdate produk yang ada, seharusnya dengan adanya produk yang baru segera dilakukan perbaikan dalam media internet.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hamdani, Rambat Lupiyoadi. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- [2] Nasution. 2003. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [3] Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [4] Tjiptono, Fandy. 2000. *Prespektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi.
- [5] <http://ayudwitasarii.blogspot.com/2012/1d/efinisi-e-business-e-commerce->