

Kebijakan Persediaan Barang dan Kualitas Pelayanan untuk Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen

Nur Fajri Irvan^{1*)}

¹⁾ Bisnis Digital, STIE Amkop Makassar
nurfajriirvan@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tingkat kepuasan konsumen atas kebijakan persediaan barang (Stock) dan pelayanan pada Pusat Koperasi Angkatan Laut (Puskopal) Pangkalan Utama TNI. Angkatan Laut (Lantamal) VI Makassar. Desain penelitian ini adalah desain kausal dengan pendekatan kuantitatif menggunakan metode analisis linear berganda. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pelanggan koperasi dengan penentuan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan metode Sampling Insidental, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dengan penetapan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Hasil perhitungan menggunakan analisis regresi berganda tersebut diketahui bahwa variabel independen kebijakan persediaan barang (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,227 dan variabel independen kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,461. Hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh nilai *adjusted R square* adalah 0,649. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 64,90% kepuasan konsumen bertransaksi pada Puskopal Lantamal VI Makassar dipengaruhi oleh variasi kedua variabel independen. Hasil perhitungan uji t diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh lebih dominan terhadap kepuasan konsumen bertransaksi pada Puskopal Lantamal VI Makassar.

Kata kunci: Kebijakan Persediaan Barang, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the level of consumer satisfaction with the policy of stock and service at the Naval Cooperative Center (Puskopal) Pangkalan Utama TNI. Navy (Lantamal) VI Makassar. The design of this study is a causal design with a quantitative approach using multiple linear analysis methods. The population of this research is all consumers or customers of cooperatives with the determination of the sample using non-probability sampling technique with the Incidental Sampling method, which is a sampling technique based on coincidence of anyone who coincidentally/incidentally meets with the researcher by determining the number of samples as many as 100 people. The results of calculations using multiple regression analysis show that the independent variable inventory policy (X_1) has a positive effect on consumer satisfaction (Y) with a coefficient value of 0.227 and the independent variable service quality (X_2) has a positive effect on consumer satisfaction (Y) with a coefficient value of 0.461. The results of the calculation of the coefficient of determination obtained that the adjusted *R square* value is 0.649. This shows that 64.90% of customer satisfaction in transactions at Puskopal Lantamal VI Makassar is influenced by variations of the two independent variables. The results of the t -test calculation show that the service quality variable (X_2) has a more dominant effect on customer satisfaction in transacting at Puskopal Lantamal VI Makassar.

Keywords: Policy of Stock, Service Quality, Consumer Satisfaction

1. Pendahuluan

Dalam era globalisasi persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen atau para pelanggannya. Misalnya dengan memberikan produk yang

mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan prima yang lebih baik dari pada para pesaingnya. Produk dengan mutu jelek, harga yang mahal, penyerahan produk yang lambat bisa membuat pelanggan tidak puas, walaupun dengan tingkatan yang berbeda.

Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Kotler 2006). Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011) “Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan prima dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

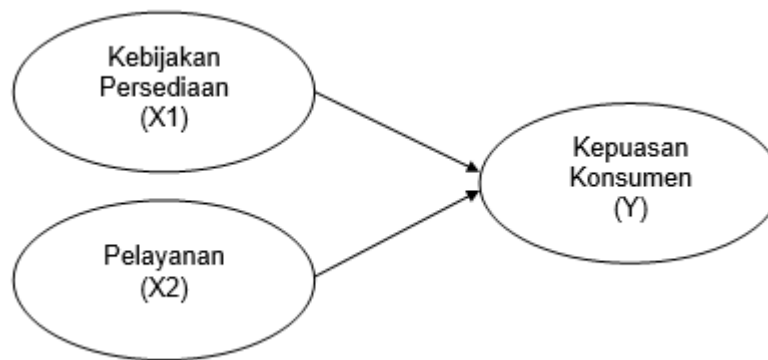
Pada Koperasi Angkatan Laut (Puskopal) Lantamal VI Makassar, yang mengelola unit usaha pertokoan penjualan barang kebutuhan pokok, hal yang sering terjadi adalah tidak tersedianya barang akibat kekurangan stok atau persediaan yang menyebabkan sebagian konsumen baik konsumen dari luar ataupun konsumen internal dalam hal ini anggota koperasi merasa kecewa akibat tidak terpenuhinya atau tersedianya produk yang diinginkan. Hal ini seharusnya menjadi perhatian bagi pihak pengelola koperasi agar koperasi tersebut dapat tetap eksis di tengah-tengah persaingan bisnis. Olehnya itu, riset ini melihat bahwa salah satu faktor penentu bagi kepuasan konsumen adalah terkait dengan persediaan barang. Dalam sebuah bisnis retail, persediaan menjadi suatu investasi yang sangat besar. Manajemen persediaan yang baik penting dilakukan agar bisnis retail menjadi produktif dan menguntungkan. Pengelolaan retail modern membutuhkan infrastruktur yang memadai, sebab dengan adanya sistem yang baik, maka pengelola mampu mengatur persediaan di gudang retail sehingga sistem pasokan dan persediaan semakin terintegrasi terhadap berbagai kebutuhan semua gerai atau toko-toko retail yang dimilikinya.

Manajemen persediaan merupakan suatu kegiatan perencanaan dan pengendalian persediaan barang dalam rangka memenuhi prioritas bersaing perusahaan terhadap permintaan konsumen. (Kumalaningrum, et al., 2011). Manajemen persediaan menurut Ginting (2007) : “Pengertian manajemen persediaan sebagai sumber daya menganggur (*idle resource*). Sumber daya menganggur ini belum digunakan karena menunggu proses lebih lanjut”. Pengertian manajemen persediaan menurut Harsanto (2013) : “Manajemen persediaan adalah serangkaian keputusan atau kebijakan perusahaan untuk memastikan perusahaan mampu menyediakan persediaan dengan mutu, jumlah dan waktu tertentu”. Pada prinsipnya pengendalian persediaan di dalam suatu perusahaan dapat mempermudah atau memperlancar jalannya operasi khususnya dalam hal memenuhi kebutuhan pelanggan dengan sebaik-baiknya sesuai permintaan pasar pada saat itu. Dengan adanya persediaan, maka jika terjadi permintaan yang berlebih dari para pelanggan, maka perusahaan dapat menutupi permintaan tersebut dengan persediaan yang tersedia digudang, sehingga para pelanggan akan merasa dihargai karena kita selalu memenuhi permintaan yang mereka butuhkan, sehingga kita dapat membuat mereka loyal pada perusahaan kita. Selain itu, dengan adanya persediaan yang mencukupi, apabila ada permintaan yang berfluktuasi dari para konsumen, perusahaan masih tetap dapat melakukan operasi sebagaimana biasanya.

Aspek lainnya dan tidak kalah penting yakni terkait dengan kualitas pelayanan. Supranto (2006) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak terwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengonsumsi jasa tersebut. Sedangkan menurut Sampara dalam Sinambela (2011) kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Artinya, apabila kualitas layanan semakin ditingkatkan, maka secara tidak langsung hal ini akan berdampak pada

peningkatan kepuasan konsumen atau pelanggan, sehingga pelayanan yang maksimal dipandang sebagai aspek penting bagi peningkatan kepuasan konsumen (Fachmi, et al., 2020; Mahmud, 2021; Setiawan, et al., 2016).

Sejalan dengan kajian diatas, bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh kebijakan persediaan (X1) dan Pelayanan (X2) terhadap kepuasan Konsumen (Y) pada Pusat Koperasi Angkatan Laut (Puskopal) Pangkalan Utama TNI. Angkatan Laut (Lantamal) VI Makassar, sehingga berdasarkan hal tersebut untuk memudahkan penulis atau calon peneliti mendiskripsikan dan menguraikan pembahasan penelitian digunakan kerangka pikiran yang dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan masalah pokok yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka hipotesis penelitian ini adalah :

1. Diduga bahwa persediaan barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Koperasi Angkatan Laut (Puskopal) Pangkalan Utama TNI. Angkatan Laut (Lantamal) VI Makassar.
2. Diduga bahwa Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Koperasi Angkatan Laut (Puskopal) Pangkalan Utama TNI. Angkatan Laut (Lantamal) VI Makassar.

2. Metode Penelitian

Desain penelitian ini adalah Desain kausal yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Desain kausal menguji hubungan “sebab akibat”. , sebagaimana pendapat yang dikemukakan oleh Sugiyono (2010) yang menyatakan bahwa metode kausal adalah “hubungan yang bersifat sebab akibat, jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi)”. Sebagaimana tujuan pelaksanaan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh persediaan dan pelayanan (sebagai variabel bebas) terhadap kepuasan Konsumen (sebagai variabel terikat). Adapun Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka berdasarkan tabulasi hasil jawaban responden. Hal ini sesuai dengan pendapat (Arikunto, 2006) yang mengemukakan penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut mengunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Angka-angka yang dimaksudkan dalam penelitian ini diantaranya jumlah stok barang dalam satu periode, serta tabulasi hasil jawaban responden menggunakan skala yang diberi skor atau nilai.

Penelitian ini dilaksanakan pada Pusat Koperasi Angkatan Laut (Puskopal) Pangkalan Utama TNI. Angkatan Laut (Lantamal) VI Makassar, yang beralamat di jalan Andalas No. 147 Makassar.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pelanggan baik pelanggan yang terdiri dari anggota koperasi itu sendiri, maupun pelanggan umum atau non anggota. Karena jumlah populasi yang sukar digambarkan jumlahnya, maka penentuan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan metode Sampling Insidental, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel (Sugiyono, 2014 :156). Sehingga sampel penelitian ini yaitu siapa saja konsumen yang datang dengan tujuan untuk melakukan transaksi pada Puskopal Lantamal VI Makassar dengan menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 orang.

Untuk memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka digunakan penunjang, dimana instrumen penunjang tersebut dibuat dalam bentuk kuisioner dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala Likert. Sugiyono (2010) menyatakan bahwa “Skala Likert digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial”. Untuk mengetahui pengaruh evaluasi kebijakan persediaan terhadap kepuasan konsumen, digunakan metode analisis, yaitu analisis regresi linear berganda.

3. Hasil dan Pembahasan

Untuk menjawab permasalahan dalam penelitian serta menjawab hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui pengaruh kebijakan persediaan barang (stok) dan kualitas pelayanan terhadap terhadap kepuasan konsumen pada Puskopal Lantamal VI Makassar, maka kami akan menggunakan model analisis regresi linear Berganda dengan melalui konversi hasil tabulasi skor jawaban responden pada lampiran 2 dengan metode perhitungan menggunakan program SPSS Versi 23.00. Adapun formulasinya adalah sebagai berikut :

$$y = a + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \varepsilon$$

di mana :

a	=	Konstanta
X1	=	Kebijakan Persediaan Barang (Stock)
X2	=	Kualitas Pelayanan Prima
Y	=	Kepuasan Konsumen
E	=	Faktor pengganggu

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka hasil output yang diperoleh adalah sebagaimana pada tabel 1 atau table koefisien berikut :

Tabel 1. Hasil Regresi Linear

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	2.570	.553		4.650	.000			
kebijakan persediaan	.227	.049	.343	4.584	.000	.679	.422	.273
pelayanan	.461	.062	.555	7.425	.000	.763	.602	.442

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Berdasarkan tabel tersebut, dapat ditulis dalam bentuk persamaan regresi bentuk *standardized coefficient* diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 2,570 + 0,227X_1 + 0,461X_2$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai constanta (*a*) diperoleh sebesar 2,570 yang berarti bahwa Kepuasan Konsumen bertransaksi pada Puskopal Lantamal VI Makassar sebesar 2,570 poin tanpa adanya pengaruh kedua variabel independen (*X1* dan *X2*).
2. Variabel Independen Kebijakan persediaan barang (*X1*) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (*Y*) dengan nilai koefisien sebesar 0,227 yang berarti bahwa setiap terjadi perubahan atas kebijakan persediaan (*X1*) yang meliputi indikator diantaranya jumlah stok, jenis barang, dan kualitas barang yang ditawarkan, sebesar 1 poin akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam bertransaksi pada Puskopal Lantamal VI Makassar sebesar 0,227 poin dengan asumsi bahwa variabel independen lain (*X2*), tetap atau tidak mengalami perubahan.
3. Variabel Independen Kualitas pelayanan (*X2*) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (*Y*) dengan nilai koefisien sebesar 0,461 yang berarti bahwa setiap adanya perubahan dalam hal pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko yang meliputi indikator kesopanan, keramahan, dan sikap tanggap sebesar 1 poin, akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam bertransaksi pada Puskopal Lantamal VI Makassar sebesar 0,227 poin dengan asumsi bahwa variabel independen lain (*X1*), tetap atau tidak mengalami perubahan.

Asumsi menyatakan bahwa jika *t-hitung* > *t-tabel*, berarti ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam hal ini berdasarkan tabel 21 tersebut dapat diketahui bahwa dari variabel kebijakan persediaan barang (*Stock*) diperoleh nilai *t-hitung* sebesar 4,584 dimana *t-tabel* sebesar 1,66071 berarti dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kebijakan persediaan barang (*Stock*) dengan Kepuasan Konsumen bertransaksi pada Puskopal Lantamal VI Makassar. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan “Diduga bahwa persediaan barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Koperasi Angkatan Laut (Puskopal) Pangkalan Utama TNI. Angkatan Laut (Lantamal) VI Makassar”, **diterima**.

Untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai *t-hitung* sebesar 7,425 dimana *t-tabel* sebesar 1,66071 berarti dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan Kepuasan Konsumen bertransaksi pada Puskopal Lantamal VI Makassar. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis penelitian yang menyatakan “Diduga bahwa Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pusat Koperasi Angkatan Laut (Puskopal) Pangkalan Utama TNI. Angkatan Laut (Lantamal) VI Makassar”, **diterima**.

Uji Koefisien Determinasi (*R*²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Gozali :2005). Nilai (*R*²) yang semakin mendekati 1, berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependent. Berikut ini adalah tabel hasil perhitungan koefisien determinasi dari hasil perhitungan menggunakan program SPSS Ver 22.00

Tabel 2. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	.657	.649	.860

a. Predictors: (Constant), pelayanan, kebijakan persediaan

Hasil perhitungan regresi menggunakan program SPSS Ver. 23.00 sebagaimana terlihat pada tabel 18 tersebut diketahui bahwa nilai *adjusted R square* adalah 0,649. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 64,90% Kepuasan Konsumen bertransaksi pada Puskopal Lantamal VI Makassar dipengaruhi oleh variasi kedua variabel independen, yaitu kebijakan persediaan barang/stock (*X1*) dan kualitas pelayanan (*X2*), Sedangkan sisanya sebesar 35,10% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti.

4. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat peneliti kemukakan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut : pertama, Variabel Independen Kebijakan persediaan barang (*X1*) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (*Y*) dengan nilai koefisien sebesar 0,227 yang berarti bahwa setiap terjadi perubahan atas kebijakan persediaan (*X1*) yang meliputi indikator diantaranya jumlah stok, jenis barang, dan kualitas barang yang ditawarkan, sebesar 1 poin akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam bertransaksi pada Puskopal Lantamal VI Makassar sebesar 0,227 poin dengan asumsi bahwa variabel independen lain (*X2*), tetap atau tidak mengalami perubahan.

Kedua, Variabel Independen Kualitas pelayanan (*X2*) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (*Y*) dengan nilai koefisien sebesar 0,461 yang berarti bahwa setiap adanya perubahan dalam hal pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko yang meliputi indikator kesopanan, keramahan, dan sikap tanggap sebesar 1 poin, akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam bertransaksi pada Puskopal Lantamal VI Makassar sebesar 0,227 poin dengan asumsi bahwa variabel independen lain (*X1*), tetap atau tidak mengalami perubahan

Referensi

- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Fachmi, M., Modding, B., Kamase, J., & Damis, H. (2020). The Mediating Role of Satisfaction: Life Insurance Customers' Perspective (Service Quality, Trust and Image Toward Loyalty). *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(6), 156-170.
- Ginting, R. (2007). *Sistem Produksi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Harsanto. (2013). *Dasar Ilmu Manajemen Operasi*. Penerbit Unpad Press. Bandung.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen pemasaran*, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T. Indeks Gramedia.
- Kumalaningrum, M. P., Kusumawati, H., & Hardani, R. P. (2011). *Manajemen operasi. Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan STIM YKPN*.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Service Marketing*. New Jersey. USA : Pearson.
- Mahmud, N. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Transmart Setiabudi Semarang. *Anindyaguna Ekonobisnis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis STIE Anindyaguna*, 3(1), 159-166.
- Setiawan, H., Minarsih, M. M., & Fathoni, A. (2016). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai

- variabel intervening (Studi kasus pada nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan). *Journal Of Management*, 2(2).
- Sinambela, L. P. (2011). Reformasi Pelayanan Publik, Teori Kebijakan dan Implementasi, cetakan kelima, Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Supranto. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Rineka. Cipta.

