

Kegiatan Pelatihan Enumerator Bagi Karyawan dan Anggota Komunitas Dapur Remaja di Depok

Enumerator Training Activities for Employees and Members of the Dapur Remaja Community in Depok

Diana Anggraeni^{1*}, Atarieza Noorainavira Arian Putri², Sonia Amelia Ananda³
¹⁻³Universitas Pancasila, Jakarta

Korespondensi Penulis : dianaanggraeni@univpancasila.ac.id*

Article History:

Received: April,30,2024

Accepted: Mei,14,2024

Published: Mei 31,2024

Keywords: Enumerator, Training, Service Quality, Customer Satisfaction

Abstract. Service is now an important element in running a business. Good service will determine the level of satisfaction that customers give to the company. In this effort, DR. Network, a small and medium company engaged in providing internet services, seeks to determine customer satisfaction with the services provided through a survey. This research involved employees of DR. Network which is also a member of the Dapur Remaja Community which operates in the environmental sector. Training was provided because the employees involved did not understand the importance of research in supporting company performance. In addition, the employee has never conducted research. The training method provided is with knowledge of quantitative research and its procedures for two days online. The employee is then involved as an enumerator to collect customer data. The results of the training show that, by knowing and understanding the importance of research and the role of enumerators, the research process carried out runs well in accordance with the targets set by the main researcher and DR management. Network. The survey results also show that the services provided by DR. The network in certain dimensions still needs to be improved in the future.

Abstract

Pelayanan saat ini menjadi unsur penting dalam menjalankan sebuah usaha. Layanan yang baik, akan menentukan tingkat kepuasan yang diberikan pelanggan terhadap perusahaan. Dalam upaya tersebut, DR. Network sebuah perusahaan kecil menengah yang bergerak dibidang penyedia jasa internet berupaya untuk mengetahui kepuasan pelanggannya atas layanan yang telah diberikan melalui sebuah survei. penelitian yang dilakukan ini melibatkan karyawan DR. Network yang juga merupakan anggota komunitas Dapur Remaja yang bergerak dibidang lingkungan. Pelatihan diberikan karena karyawan yang dilibatkan, belum memahami tentang pentingnya sebuah penelitian dalam menunjang kinerja perusahaan. Selain itu, karyawan tersebut belum pernah melakukan penelitian. Metode pelatihan yang diberikan adalah dengan pengetahuan tentang penelitian kuantitatif dan prosedurnya selama dua hari secara daring. Karyawan tersebut kemudian dilibatkan sebagai enumerator untuk mengumpulkan data pelanggan. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa, dengan mengetahui dan memahami pentingnya penelitian dan peran enumerator, maka proses penelitian yang dilakukan berjalan dengan baik sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh peneliti utama dan manajemen DR. Network. Hasil survei juga menunjukkan bahwa layanan yang diberikan oleh DR. Network dalam dimensi tertentu masih harus ditingkatkan lagi di masa mendatang.

Kata kunci : Enumerator, Pelatihan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

* Diana Anggraeni, dianaanggraeni@univpancasila.ac.id

PENDAHULUAN

Pada berbagai organisasi baik pemerintah maupun swasta pelayanan menjadi kunci penting dalam menjalankan suatu organisasi (Zamroni & Handayani, 2015). Pelayanan dibutuhkan mengingat sejatinya setiap kelompok masyarakat dianggap sebagai pendongkrak keberhasilan perusahaan atau organisasi dan untuk memperoleh keuntungan ekonomi dan sosial. Hal ini tidak lepas dari adanya konsumen atau masyarakat yang merasakan kepuasan karena terlayani dengan baik oleh suatu organisasi atau perusahaan. Secara umum perusahaan atau organisasi yang membuat konsumen atau masyarakat merasakan kepuasan akan memperoleh peningkatan pendapatan atau penjualan. Selain itu, perusahaan atau organisasi memperoleh citra yang baik sampai dengan loyalitas dari konsumen atau masyarakat (Tjiptono, 2005).

Aspek kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh organisasi ataupun perusahaan, sebaliknya dapat juga ditentukan oleh masyarakat umum. Masyarakat sebagai konsumen mempunyai tuntutan kepada organisasi atau perusahaan untuk memenuhi standar kualitas pelayanan karena dianggap memberikan pengaruh pada organisasi terkait (Sarmini 2019). Hal ini dikarenakan masyarakat sebagai konsumen mempunyai harapan positif terhadap apa yang telah dijanjikan oleh sebuah organisasi atau perusahaan. Oleh karena itu, organisasi perlu menetapkan tujuan dalam menciptakan kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat memenuhi berbagai harapan atau keinginan dari masyarakat. Sarmini (2019) mengatakan organisasi publik perlu berkomitmen dalam melakukan pelayanan seperti lebih responsif terhadap kepentingan publik. Lebih lanjutnya, menurutnya kualitas pelayanan publik seharusnya selalu mengedepankan kepentingan masyarakat karena selama ini masyarakat menganggap pelayanan yang dirasakan dari sebuah organisasi cenderung dianggap kurang baik serta tidak berkualitas. Untuk melihatnya, situasi ini banyak terjadi pada banyaknya pengaduan dari masyarakat atas pelayanan organisasi. Artinya, dalam menjalankan pelayanan masih terdapat kekurangan-kekurangan dari organisasi dalam melayani masyarakat (Hidayat, 2022).

Munculnya hambatan dalam melayani masyarakat atau konsumen harus segera dideteksi mengingat akan sangat merugikan karena dapat merusak citra organisasi, begitupun sebaliknya. Al Idrus (2019) menyebutkan kualitas pelayanan berkaitan dengan harapan yang ingin diperoleh oleh masyarakat atau konsumen, dan kemampuan sebuah perusahaan atau organisasi untuk memenuhinya. Untuk melakukan pelayanan dengan kualitas yang baik dibutuhkan sumber daya manusia yang baik juga. Jika sumber daya manusia memiliki kemampuan atau keterampilan akan sangat mengganggu proses pelayanan (Hidayat, 2023). Bagaimana tidak, munculnya berbagai keluhan masyarakat sebagai konsumen karena

kualitas sumber daya masyarakat suatu organisasi yang kurang baik. Penting bagi organisasi atau perusahaan untuk membaca situasi jika ingin adanya keberlanjutan pelayanan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan dengan melakukan penguatan kemampuan atau keterampilan sumber daya manusianya (Halim, 2023). Keterampilan sumber daya manusia (karyawan atau pegawai) sangat penting untuk menghindari berbagai masalah yang akan merugikan perusahaan atau organisasi kedepannya seperti kritik, ketidakpuasan, bahkan konsumen yang memutuskan untuk berhenti menggunakan produk atau jasa. Apalagi di era teknologi informasi masih berkembang mendorong adanya adaptasi dalam penggunaan teknologi.

Kualitas pelayanan merupakan landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Perusahaan dapat dikatakan baik ketika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai keinginan konsumen. Kualitas produk dan kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (Pertiwi, 2021). Kualitas pelayanan adalah keunggulan yang dimiliki oleh suatu layanan yang hanya dapat dilihat oleh pelanggan. Dengan kata lain, kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen (Indahingwati, 2014). Kualitas pelayanan menjadi faktor yang dipertimbangkan konsumen untuk memesan atau menggunakan produk atau jasa karena memperoleh kepuasan. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan citra perusahaan yang dinilai baik oleh perusahaan mengabaikan pengalaman yang diperolehnya. Kualitas pelayanan yang baik adalah salah satu cara mempertahankan konsumen (Bharmawan & Hanif, 2022).

Fungsi kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan sebesar mungkin kepada konsumen. Terlepas dari konsumen dapat menerima dengan baik atau tidak. Setiap pengelola usaha mewakili kewajiban untuk menjaga kepuasan tersebut sesuai dengan fungsi kualitas pelayanan. Fungsi lainnya memberikan perasaan nyaman dan puas kepada konsumen. Hal sangat baik karena akan membuat konsumen untuk terus menggunakan produk atau jasa (Pertiwi, 2021).

Kualitas pelayanan dapat diartikan juga sebagai tingkat kepuasan konsumen (Pertiwi, 2021). Untuk melihat bagaimana kualitas pelayanan pelanggan yang diberikan membutuhkan kriteria atau dimensi yang menunjukkan suatu pelayanan dapat dikatakan baik atau buruk. Seperti diketahui ukuran kualitas layanan tidak hanya ditentukan oleh penyedia layanan atau jasa saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh para pengguna layanan. Menurut Zeithaml dan Berry dalam Dahlan (2023), terdapat 5 lima dimensi pembentuk kualitas pelayanan yaitu dimensi pertama yaitu *tangible* (bukti fisik) mengacu kepada kemampuan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik

dan keadaan lingkungan dapat dianggap sebagai bukti nyata dan pelayanan yang diberikan. Kedua, dimensi *reliability* (kehadiran) merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Ketiga, dimensi *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi secara jelas. Keempat *Assurance* (jaminan dan kepastian) adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan pegawai untuk menumbuhkan rasa kepercayaan bagi pelanggan. *Assurance* mempunyai beberapa komponen seperti komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun. Terakhir, dimensi *Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus secara pribadi kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginannya.

Beberapa poin penting kepuasan pelanggan adalah bahwa setiap responden memiliki tingkat kepuasan yang berbeda yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk atau layanan, harga, layanan responden, pengalaman pembelian, dan lainnya serta adanya upaya meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka untuk menjaga kepuasan pelanggan secara berkesinambungan.

Saat ini organisasi banyak mengandalkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam proses sumber daya manusia. Pegawai harus mengembangkan keterampilan teknologinya baik hard skills dan soft skill seperti penggunaan alat-alat digital, komunikasi, kolaborasi, dan kepemimpinan. Pentingnya kedua jenis keterampilan membantu memudahkan proses interaksi baik antara sesama karyawan maupun masyarakat sebagai konsumen. Organisasi mencari karyawan-karyawan yang memiliki kombinasi kedua jenis keterampilan tersebut (Prahendratno *et al.*, 2023). Situasi ini juga terjadi pada DR Network dalam menjalankan berbagai usahanya. DR. Network merupakan salah satu sub unit usaha dari PT. Dapur Remaja Multi Sarana yang bergerak pada bidang menyediakan penyediaan internet. Pegawai yang berada dalam manajemen DR. Network merupakan anggota komunitas yang merupakan personil yang berada di wilayah Depok. Selain menjadi karyawan, personil ini juga melakukan aktivitas komunitas terkait pelestarian lingkungan di sepanjang kali Pesanggrahan.

Sama halnya dengan organisasi atau perusahaan lainnya, DR. Network tidak lepas dari adanya berbagai kritik yang diberikan oleh masyarakat selaku konsumennya. Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan melalui survei dari DR Network memperlihatkan banyaknya kritik yang diberikan oleh masyarakat seperti buruknya kualitas koneksi internet, kualitas perangkat router, harga koneksi internet masih mahal, kurangnya pemberian informasi yang berhubungan dengan masalah atau kendala jaringan, dan masih lambatnya respon dari karyawan atau pegawainya dalam menangani kendala yang dialami. Meskipun masyarakat

banyak memberikan kritik terhadap DR Network, namun masyarakat juga memberikan saran yang memiliki poin-poin yang mirip dengan kritik tersebut, seperti memperbaiki masalah jaringan, menurunkan harga koneksi, lebih responsif, memberikan diskon dan sebagainya.

Berdasarkan analisa situasi diatas, dapat dikatakan masih terdapat masalah keterampilan dari sumber daya manusia dalam hal ini karyawan DR. Network, terutama dalam hal melakukan penelitian baik sebagai peneliti maupun tim yang mengambil data di lapangan (*enumerator*) yang melibatkan pelanggan. Hal ini bisa saja terjadi karena adanya kurangnya pemahaman pentingnya komunikasi dalam pelayanan kepada pelanggannya (Logahan & Putri 2013), sehingga mempengaruhi proses pelaksanaan dalam melayani keinginan konsumen DR. Network. Survei Kepuasan pelanggan ini dilakukan oleh Manajemen DR. Network dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas layanan Jasa Internet di wilayah Depok dan Sebagian wilayah Tangerang Selatan. Survei ini penting untuk dilakukan karena memberikan wawasan berharga tentang pentingnya memahami pelanggan terhadap produk atau layanan yang diberikan.

METODE

Proses pelaksanaan adalah inti program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di DR. Network yang berlokasi di Kelurahan Cinangka, Kecamatan Sawangan, Kota Depok, Jawa Barat, pada bulan September 2023. Rencana Pelaksanaan akan dilakukan pengambilan data survei pada periode 10 Oktober hingga 25 Oktober 2023 di wilayah Cinangka dan Meruyung, Sawangan, Pasir Putih, Bojongsari, Curug, Parung, Jabon, Jampang, Ciseeng (Depok dan Tangerang Selatan).

Pengabdian dilakukan dengan memberikan pengajaran terhadap dua anggota komunitas sebagai *enumerator* (D dan M) yang sekaligus sebagai tenaga penyedia jasa layanan untuk mengetahui cara melakukan penelitian secara kuantitatif dan menyebarkan kuesioner secara online, yang dilakukan setelah mereka mendatangi konsumen di wilayah tersebut.

HASIL DAN DISKUSI

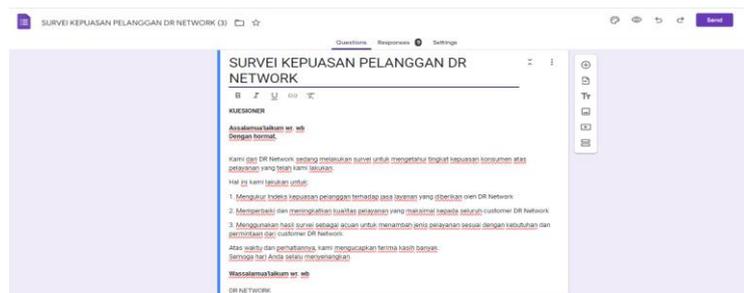
DR Network berlokasi di kelurahan Cinangka, Kecamatan Sawangan, Kota Depok, Jawa Barat, memiliki usaha yang bergerak sebagai internet service provider didirikan pada tahun 2020. Perusahaan ini berusaha menyediakan koneksi internet untuk masyarakat menengah kebawah. Tujuan pendirian usaha ini adalah untuk mewujudkan program pemerintah untuk menghadirkan layanan internet sampai ke seluruh pelosok lapisan masyarakat. Manajemen Dr. Network merupakan bagian dari Komunitas Dapur Remaja yang

mengelola Radio Komunitas Dapur Remaja dan memiliki aktivitas sosial lingkungan pelestarian hutan di sepanjang Sungai Pesanggrahan. Dapat dikatakan bahwa Dr. Network merupakan usaha yang sebagian keuntungannya digunakan untuk membiayai aktivitas yang dilakukan di Komunitas Dapur Remaja. Para pekerjanya pun merupakan anggota komunitas yang telah mendapatkan pelatihan dan Pendidikan mengenai teknologi internet.

Perencanaan Survei dan Pembuatan Kuesioner

Perencanaan survei serta pembuatan kuesioner merupakan bagian dari proses pengumpulan data. Djaali (2020) menjelaskan penggunaan kuesioner dalam penelitian survei dianggap sangat efisien karena mampu menjangkau sampel atau responden dalam jumlah yang besar. Pembuatan kuesioner melibatkan pihak manajemen. Keterlibatan ditunjukkan untuk mengetahui dimensi dan indikator kualitas pelayanan apa saja yang ingin diketahui. Proses pembuatan kuesioner berlangsung selama 1 minggu, sehingga didapatkan 5 dimensi dari kualitas pelayanan diantaranya *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* dengan total 16 pernyataan kuesioner yang harus dijawab oleh responden. Berdasarkan hasil diskusi sementara, pihak peneliti utama dari Fikom UP kemudian membuat draft kuesioner dengan tetap berkoordinasi bersama pihak DR. Network. Hal ini dilakukan untuk memastikan kesesuaian item-item kuesioner dengan dimensi kualitas pelayanan, sehingga peneliti utama dapat melengkapi kekurangan atau ketidaksesuaian kuesioner.

Kuesioner yang telah selesai dan siap kemudian disebarakan kepada populasi yang diwakili oleh sampel. Populasi adalah kumpulan unit unsur, elemen, atau observasi yang akan diteliti (Asra *et al.*, 2016). Adapun sampel adalah bagian dari kecil dari kumpulan populasi yang dianggap mewakili atau representatif (Hamid & Prasetyowati, 2022). Sampel digunakan ketika peneliti tidak mungkin mempelajari populasi, dan jika populasi penelitian termasuk dalam skala besar (Siyoto & Sodik, 2015). Berikut adalah tampilan kuesioner yang telah dibuat:



Gambar 1. Kuesioner Survei

Survei dilakukan pada periode 10 Oktober hingga 25 Oktober 2023 di wilayah Cinangka dan Meruyung, Sawangan, Pasir Putih, Bojongsari, Curug, Parung, Jabon, Jampang, Ciseeng (Depok dan Tangerang Selatan). Jumlah pelanggan DR. Network adalah 1060 pelanggan. Kemudian oleh peneliti utama, mengambil sebanyak 100 pelanggan yang diperoleh dari hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{1060}{1 + 1060 (0,1)^2} = 99,90 \text{ atau } 100 \text{ orang}$$

Gambar 2. Perhitungan Sampel menggunakan rumus Slovin

Pelatihan Bagi *Enumerator*

Enumerator menurut *The Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) adalah seseorang yang melakukan kegiatan survei dan bertugas membantu responden dalam menjawab dan mengisi kuesioner.

Kemampuan yang diharapkan dan dimiliki oleh *enumerator* adalah kemampuan analisis yang detail untuk mengumpulkan, menggali, menyaring dan memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah sesuai, akurat dan tidak kekurangan apapun dalam proses pengisian kuesionernya. Selain itu, *enumerator* wajib memiliki kemampuan berkomunikasi karena ia akan berhadapan langsung dengan responden yang mungkin saja tidak memahami cara mengisi kuesioner, sehingga *enumerator* harus menerangkan dengan baik pertanyaan yang dimaksud. *Enumerator* juga dituntut untuk bisa menjalankan proses pengumpulan data sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.

Pelatihan ini dilaksanakan selama 2 hari, secara online pada tanggal 28 dan 29 September 2023 selama 2 jam setiap harinya. Hari pertama, pelatihan lebih banyak berfokus pada pemberian materi pengantar metode kuantitatif secara konseptual. Hal ini dilakukan agar *enumerator* tidak hanya mampu mengimplementasikan survei, tetapi juga mempunyai wawasan atau pengetahuan tentang aspek-aspek pendukung survei. Untuk memastikan pemahaman enumerator pada materi yang diberikan, diadakan sesi diskusi bersama *enumerator*. Hari kedua, pelatihan berfokus pada implementasi materi yang telah diberikan, dimana *enumerator* secara mandiri menjabarkan hal-hal serta memiliki kemampuan komunikasi agar responden mau mengisi kuesioner. Adapun rincian kegiatan pelatihan sebagai berikut:

Tabel 1. Pelaksanaan Pelatihan bagi Enumerator

Hari pertama	Pengantar metodologi penelitian kuantitatif jenis survei secara umum yang meliputi: paradigma, pendekatan penelitian, jenis, unit analisis, operasionalisasi konsep, populasi & sampel, validitas dan reliabilitas serta cara mengolah data dengan menggunakan SPSS. Kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi
Hari Kedua	Penjabaran kuesioner, cara mengisinya. Hal ini dilakukan agar <i>enumerator</i> mampu menjelaskan aktivitas pengisian kuesioner pada responden jika diperlukan. Sesi ini dilakukan interaktif.

Peneliti utama juga memberikan pemahaman pentingnya survei dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan mereka, di mana hasilnya nanti akan digunakan untuk melakukan perbaikan layanan di masa mendatang. Setelah pelatihan, peneliti utama dan manajemen, melakukan persiapan pelaksanaan survei secara matang, untuk mengantisipasi hal-hal yang dapat menghambat proses pengambilan data. Proses penyebaran *gform* dan pengumpulan data dilakukan oleh *enumerator* selama tanggal 10-25 Oktober 2023 yang dibagi dalam 3 periode waktu. Dimana periode pengumpulan data disesuaikan dengan lokasi atau wilayah yang dituju. Proses ini dilakukan sebanyak 2 kali di tiap wilayah, untuk mengingatkan responden agar mengisi kuesioner. Penyebaran dilakukan malam hari jam 20.00 Wib, karena menurut *enumerator* pada waktu tersebut, responden sudah berada di rumah dan sedang istirahat, sehingga peluang mengisi kuesioner menjadi besar. Adapun hasil penyebaran kuesioner untuk masing-masing periode dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 2. Hasil Pengumpulan data yang dilakukan oleh Enumerator

	Wilayah Cinangka dan Meruyung	Wilayah Sawangan, Pasir Putih, Bojongsari	Wilayah Curug, Parung, Jabon, Jampang, Ciseeng
Tanggal	10-15 Oktober 2023	15-20 Oktober 2023	20-25 Oktober 2023
Jumlah data Kuesioner yang dikumpulkan	40	30	30

Enumerator memiliki banyak peran berbeda dalam mengelola survei. Mulai dari menghubungi dan membujuk calon responden dan untuk berpartisipasi, menerangkan tujuan survei, menjelaskan kepada responden apa yang diharapkan, menanyakan item pertanyaan penelitian, serta merekam dan mencatat jawaban (Blom & Korbmacher, 2013). *Enumerator* memiliki tugas membuat responden tertarik dan termotivasi untuk menjawab pertanyaan dalam kuesioner serta membuat responden tetap bersedia untuk dihubungi pada periode pengambilan data berikutnya (Churchill & Gilbert, 2005).

Enumerator memiliki tanggung jawab dalam mengumpulkan data di lapangan. dalam pekerjaannya enumerator, pertama menghubungi pelanggan yang telah dihubungi oleh tim Dr. Network melalui pesan singkat *whatsapp*, untuk menjelaskan tujuan melakukan survei. Setelah mendapatkan jawaban bahwa pelanggan bersedia untuk mengisi kuesioner, maka *enumerator* memberikan *link google form* untuk diisi. Menurut *enumerator* 'D', sempat mendapatkan respon bahwa pelanggan tidak bersedia mengisi karena takut identitasnya akan ketahuan. Kemudian oleh *enumerator* dijawab, bahwa dalam kuesioner tidak ada identitas pribadi (nama, alamat) sehingga aman untuk diisi.

Pada saat periode pengisian kuesioner, *enumerator standby* melalui gawainya, untuk mengantisipasi jika ada pertanyaan yang tidak dipahami oleh responden. Sejauh laporan yang diterima oleh peneliti utama, dinyatakan hampir tidak pertanyaan yang tidak dipahami oleh responden. Hal ini sebenarnya sudah diantisipasi oleh tim survei, dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap pertanyaan dalam kuesioner sebelum disebar. *Enumerator* kemudian memastikan kepada responden untuk menjawab semua pertanyaan yang ada dalam kuesioner.

Setelah pengumpulan data dilakukan, *enumerator* kemudian menginformasikan kepada tim peneliti untuk dilakukan proses pengukuran dan analisis risetnya. Secara umum, seorang *enumerator* memiliki tanggung jawab untuk mengumpulkan data dan laporan riset kepada peneliti utama untuk kemudian diolah dan dianalisis. Data diolah menggunakan software SPSS serta dianalisis secara deskriptif. Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum tentang karakteristik suatu fenomena, populasi, atau masalah yang diteliti (Asra *et al.*, 2016). Penjelasan deskriptif bermaksud untuk menjabarkan hasil olah data berdasarkan karakteristik responden dan tingkat dimensi kualitas pelayanan.

Hasil Survei Kualitas Pelayanan

Data yang telah diperoleh oleh *enumerator* dalam menyebarkan kuesioner diberikan kembali pada peneliti utama untuk diolah. Lama pengolahan data dilakukan pada rentang waktu tanggal 27-31 Oktober 2023. Hasil olah data yang telah dilakukan menggunakan *software* SPSS kemudian dianalisis kualitas pelayanan.

Berdasarkan hasil olah data, penelitian ini menemukan bahwa responden mempunyai persepsi yang cukup baik terhadap dimensi-dimensi dari kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Terdapat dua dimensi kualitas pelayanan yaitu *responsiveness* dan *tangible* menjadi dimensi yang paling dianggap baik oleh responden. Hal ini dapat diartikan bahwa responden menganggap bahwa Dr. Network sudah mempunyai fasilitas-fasilitas yang membantu konsumen untuk mendukung layanannya. Selain itu,

responden merasakan adanya daya tanggap yang cepat terhadap respon yang dilakukan oleh Dr. Network. Dengan demikian, Dr. Network masih perlu untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang telah diberikan saat ini. Serta perlu menekankan untuk meningkatkan dimensi *reliability*, *assurance*, dan *empathy* agar mendapatkan pandangan yang lebih baik, sama halnya dengan *responsiveness* dan *tangible*. Hal tersebut dapat menjadi peluang baik Dr. Network dalam mempertahankan pelanggannya, mempunyai citra yang baik, dan secara tidak langsung meningkatkan *skill* tidak hanya terkait layanan jasa, namun juga kemampuan berkomunikasi yang baik.

Dari uraian di atas, dapat dinyatakan bahwa proses survei untuk mengetahui kepuasan pelanggan yang dilakukan berjalan dengan baik dan sesuai rencana yang telah ditetapkan. Bagi DR. Network sebagai organisasi yang fokus pada penyediaan produk dan jasa, meyakini bahwa penting untuk mengetahui kepuasan pelanggan untuk meningkatkan kualitasnya di masa mendatang. Keterlibatan anggota komunitas sebagai *enumerator* yang memahami fungsi dan perannya dalam mengumpulkan data juga memiliki andil melancarkan proses survei tersebut. Hal ini penting bagi pelaksana lapangan untuk memahami aktivitas yang dilakukan, bagaimana cara berkomunikasi yang baik dengan pelanggan serta menjalankan kegiatan survei tersebut secara tepat waktu.

KESIMPULAN

Mengukur kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan penting untuk dilakukan. Dalam pelaksanaan, penelitian survei tidak akan dapat berjalan dengan baik jika tenaga peneliti yang digunakan tidak memahami apa yang harus dilakukan. pelatihan terhadap *enumerator* sejatinya dapat diberikan kepada semua karyawan yang terlibat dalam proses pengumpulan data. Pelatihan *enumerator* bagi karyawan DR. Network yang juga anggota Komunitas Dapur Remaja, menunjukkan bahwa keberhasilan penelitian survei yang dilakukan, sangat ditunjang dengan kemampuan *enumerator* berinteraksi, berkomunikasi dan memotivasi pelanggan untuk mengisi kuesioner yang telah ditetapkan. *Enumerator* juga diberikan motivasi bahwa dengan mengetahui kepuasan pelanggan atas layanan yang diberikan, akan berdampak positif bagi organisasi di masa depan.

ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terima kasih dari tim pelaksana pengabdian kepada para pihak yang terlibat atas terselenggaranya kegiatan pengabdian ini dan lancarnya kegiatan mulai dari persiapan sampai selesainya kegiatan. Program PKM ini didanai oleh Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Pancasila. Untuk itu, kami mengucapkan kepada Bapak Dekan Fikom UP, Ketua UPPM Fikom UP, atas kepercayaan dan dukungannya dalam pelaksanaan PKM ini.

DAFTAR REFERENSI

- Al Idrus, S. (2019). *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian*. Malang: Media Nusa Kreatif.
- Asra, A., Irawan, P. B., & Purwoto A. (2016). *Metode Penelitian Survei*. IN Media.
- Bharmawan, A. S., & Hanif, N. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. SCOPINDO MEDIA PUSTAKA.
- Blom AG., & Korbmacher. JM. (2013). Measuring interviewer characteristics pertinent to social surveys: A conceptual framework. *Survey Methods: Insights from the Field (SMIF)*.
- Churchill & Gilbert. (2005). *A Basic marketing research, fourth edition*. s.l.:Harcourt, Inc.
- Dahlan. (2023). *Kualitas Pelayanan: Manajemen SDM dan Budaya Organisasi*. NEM.
- Djaali, H. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Halim, Umar, Anna Agustina, and Nurul Hidayat. "PENGEMBANGAN WISATA RELIGI MAKAM RADEN MAS ARIA WANGSAKARA MELALUI PENGUATAN LITERASI DIGITAL". *Jurnal Abdimas Bina Bangsa* 4, no. 2 (December 12, 2023): 1707-1715. Accessed May 12, 2024. <https://jabb.lppmbinabangsa.id/index.php/jabb/article/view/825>.
- Hamid, A., & Prasetyowati, R. A. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Eksperimen*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Hidayat, Nurul, Sutrisno Sutrisno, and Tisya Permatasari. "Transformasi Sekolah Tinggi Agama Buddha Nalanda Menjadi Institut Agama Buddha Nalanda: Tinjauan Studi Kelayakan Dalam Konteks Sosial Budaya". *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 5 (October 20, 2023): 4174–4189. Accessed May 12, 2024. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5331>.
- Indahingwati, A. (2014). *Kepuasan Konsumen pada Kualitas Layanan SIM Keliling*. CV. Jakad Publishing.
- Logahan, J & Putri, YTE. (2013). Pengaruh Komunikasi Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan di 7-Eleven Buaran. *Jurnal Binus Business Review*. Vol. 4 No.

- Nurul Hidayat, Arnold Surya N, Ria Restina Robiyanti, and Tatik Purwaningsih. "PENGUATAN LITERASI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN UMKM DALAM Mendukung DESA WISATA DI CIRUMPAK KABUPATEN TANGERANG". *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara* 2, no. 4 (November 20, 2022): 106–115. Accessed May 12, 2024. <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/kreatif/article/view/765>.
- Pertiwi, D. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Deepublish.
- Prahendratno, A., Samsudin, H., Paringsih., et al. (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Pendekatan Praktis untuk Keberhasilan Organisasi*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sarmini, A. (2019.) Kualitas pelayanan surat izin mengemudi (SIM) pada kantor Satuan Lalu Lintas. *Soumatera Literature Review*. Vol. 2 (2). <https://ejournal.ildikti10.id/index.php/soumlaw/article/download/4231/1552>.
- Siswadi F, Muharam H, Hannan S. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Perpustakaan Institut Pertanian Bogor) *Jurnal Pustakawan Indonesia*, Vol. 18 No. 1. <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=948dc8519c799f04JmltdHM9MTY5NjAzMjAwMCZpZ3VpZD0yYWYwODFjZi04NDc2LTYyYjltMDE0MC05MTZjODUxMzYzZGYmaW5zaWQ9NTIzMg&pptn=3&hsh=3&fclid=2af081cf-8476-62b2-0140-916c851363df&psq=penelitian+tentang+kepuasan+pelanggan&u=a1aHR0cHM6Ly9qb3VybmFsLmlwYi5hYy5pZC9pbmRleC5waHAvanBpL2FydGljbGUvZG93bmxxvYWQvMjkyNDYvMjAyODQv&ntb=1>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publising
- Zamroni, M & Handayani, IGAKR. (2015). Pentingnya Kualitas Pelayanan (Service Quality) dalam Memenuhi Kepuasan Masyarakat (Society Satisfaction). *Jurnal Efisiensi – Kajian Ilmu Administrasi*. Vol. 5 No. 2