

**OPTIMALISASI *E-SERVICE QUALITY* DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK SERTIFIKASI PADA  
PT ADHIKRIYA KUALITA UTAMA**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi sebagai Persyaratan  
Mencapai Derajat S1 Manajemen**

**Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh:**

*Ahmad Faisal Tanjung*

*NIM: 30401900016*

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEMARANG  
2023**

## SKRIPSI

# OPTIMALISASI *E-SERVICE QUALITY* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK SERTIFIKASI PADA PT ADHIKRIYA KUALITA UTAMA

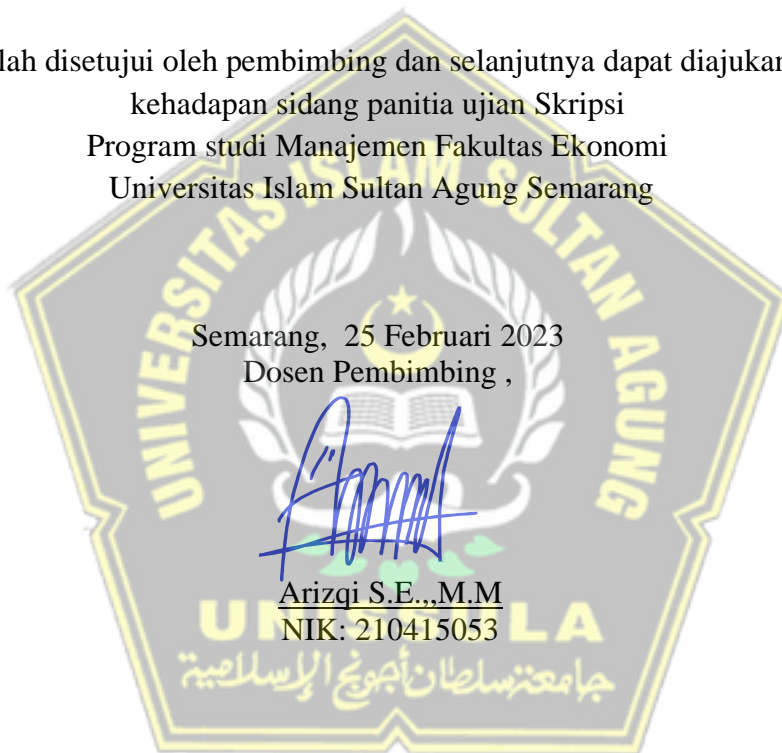
Disusun Oleh :  
*Ahmad Faisal Tanjung*  
NIM : 30401900016

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan  
kehadapan sidang panitia ujian Skripsi  
Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 25 Februari 2023  
Dosen Pembimbing ,



Arizqi S.E., M.M  
NIK: 210415053



# SKRIPSI

## OPTIMALISASI *E-SERVICE QUALITY* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK SERTIFIKASI PADA PT ADHIKRIYA KUALITA UTAMA

Disusun Oleh :

Ahmad Faisal Tnajung

Nim: 30401900016

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 01 Maret 2023

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing Lapangan,

Dosen Supervisor



Arizqi S.E., M.M  
NIK: 210415053

Dosen Penguji 1




Rian Wahyu Andika S.Pd  
NIP: 20090708

Dosen Penguji 2



Dr. H. Asyhari, SE., MM  
NIK: 210491022



Dr. H. Moch Zulfa, MM  
NIK: 210486011

Laporan Ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan Untuk memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen Tanggal 01 Maret 2023

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Utfi Nurchohis S.T., S.E., M.M  
NIK: 210416055

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Faisal Tanjung

NIM : 30401900016

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Jurnal Artikel : Optimalisasi E-service Quality Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Taining Pada PT Adhikriya Kualita Utama.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi dengan judul “Optimalisasi E-service Quality Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Taining Pada PT Adhikriya Kualita Utama.” merupakan hasil karya sendiri bukan salinan, atau duplikasi dari hasil karya orang lain. Adapun gagasan orang lain yang tercantum dalam laporan ini telah dikutip sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di masyarakat. Atas pernyataan ini apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ,maka saya siap bertanggung jawab untuk menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Semarang, 10 Maret 2023

Yang menyatakan



Ahmad Faisal Tanjung  
NIM. 30401900016

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatulohi Wabarokatuh,

Alhamdulillahirobil'allamin. Segala puji bagi Allah SWT atas nikmat, rahmat hidayahnya, yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "OPTIMALISASI *E-SERVICE QUALITY* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PT ADHIKRIYA KUALITA UTAMA" pembuatan skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagai pemenuhan pencapaian Sarjana Manajemen pada Praogram Studi Manajemen Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis berterimakasih untuk bimbingan, bantuan, pengarahan, serta dukungan dari berbagai pihak, baik berupa materi, pikiran dan tenaga. Penulis sampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Orang Tua dan keluarga penulis, Bapak H. Yunus Tanjung, Ibu Musyarofah, dan adik-adik saya atas curahan dan kasih sayang do'a dan motivasi yang tidak ternilai harganya bagi penulis. Semoga Allah SWT selalu melindungi keluarga dalam Rohmatnya.
2. Ibu Arizqi S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing, Bapak Rian Wahyu Andika S.Pd selaku Dosen Supervisor yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan serta saran dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Heru Sulisty, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang
4. Bapak Dr. Lutfi Nurcholis, S.T., S.E M.Si, selaku Kepala Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi kepada penulis.

6. Seluruh Staf Karyawan dan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Teman terdekat Fika Luluk Nurjanah yang selalu memberikan dukungan dan motivasi serta menjadi teman mengerti dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh pegawai dan karyawan PT. Adhikria Kualita Utama, yang telah memberikan penulis kesempatan untuk bergabung dan belajar selama proses magang MB-KM.
9. Sobat Rahasia Negara yang selalu ada dan memberikan solusi terbaik untuk menyelesaikan laporan kegiatan magang ini.
10. Teman teman Remaja Masjid Al-Hasan yang selalu memberikan dukungan dan support dalam penyusunan skripsi ini.
11. Sobat 5 Rahasia Negara yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyusunan laporan skripsi ini serta tidak dapat saya sebutkansatu persatu.
12. Kepada seluruh pihak dan teman teman penulis lain yang tidak disebutkan namanya satu-persatu, semoga Allah selalu memberikan ridho dan rohmahnya kepada kita semua atas kebaikan yang telah kita lakukan.

Penulis menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih banyak kurang dan masih jauh dari sempurna, baik dalam materi maupu tata cara penulisannya. Oleh karna itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun guna menyempurnakan skripsi ini di masa depan. Semoga skripsi ini memberikan banyak manfaat baik penulis maupun kepada pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum warohmatullohi Wabarokatuh.

OPTIMALISASI *E-SERVICE QUALITY* DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PADA PT ADHIKRIYA KUALITA UTAMA

Ahmad Faisal Tanjung

NIM : 30401900016

Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Agung

Semarang, Indonesia

**ABSTRAK**

Laporan ini bertujuan untuk menjelaskan seluruh aktivitas magang yang dilakukan oleh penulis di PT Adhikriya Kualita Utama pada tanggal 14 Februari 2022 sampai dengan 18 Juni 2022. Selama kegiatan magang berlangsung, penulis ditempatkan di bagian PIC Training sekaligus *marketing* perusahaan. Laporan ini juga bertujuan untuk mengetahui apakah dengan optimalisasi *E-service Quality* dapat meningkatkan penjualan jasa training sertifikasi yang ada di PT Adhikriya Kualita Utama. Pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi dan wawancara, apakah *e-service quality* dapat meningkatkan penjualan. Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan para karyawan, setelah perusahaan menerapkan optimalisasi *E-service Quality* maka mendapatkan hasil yang positif dari para pelanggan. Seperti mereka merasa puas atas pelayanan yang diberikan, sehingga mereka menjadi loyal terhadap perusahaan. Dan dari hasil ini membuat peningkatan peserta training sertifikasi yang sangat signifikan di tahun 2022.

OPTIMALISASI *E-SERVICE QUALITY* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN  
PADA PT ADHIKRIYA KUALITA UTAMA

Ahmad Faisal Tanjung

NIM : 30401900016

Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Agung

Semarang, Indonesia

**ABSTRACT**

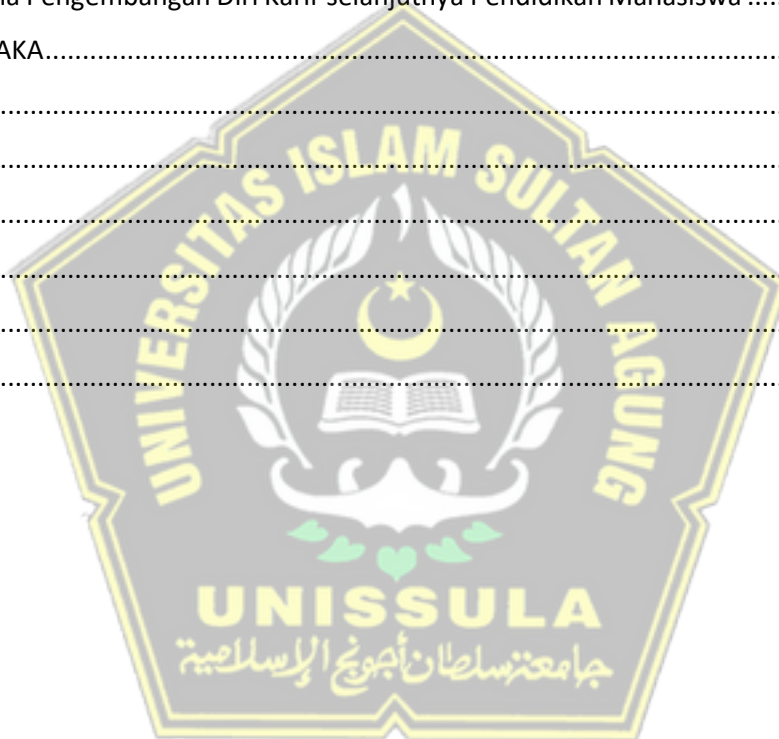
*This report aims to explain all internship activities carried out by the author at PT Adhikriya Kualita Utama from 14 February 2022 to 18 June 2022. During the internship, the author was placed in the PIC Training section as well as company marketing. This report also aims to find out whether optimizing E-service Quality can increase sales of certification training services at PT Adhikriya Kualita Utama. Data collection is done through observation and interviews, whether e-service quality can increase sales. From the results of interviews conducted with employees, after the company implements E-service Quality optimization, it gets positive results from customers. As they feel satisfied with the services provided, so they become loyal to the company. And from these results there has been a very significant increase in certification training participants in 2022.*



## DAFTAR ISI

SKRIPSI .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.2 Tujuan Magang.....	4
1.3 Sistematika Laporan .....	5
BAB I PENDAHULUAN.....	5
BAB II PROFIL ORGANISASI selanjutnya AKTIFITAS MAGANG.....	5
BAB III IDENTIFIKASI MASALAH TERHADAP .....	6
BAB IV KAJIAN PUSTAKA.....	6
BAB V METODEDE PENGUMPULAN selanjutnya ANALISIS DATA.....	7
BAB VI ANALISI selanjutnya PEMBAHASAN.....	7
BAB VII KESIMPULAN selanjutnya REKOMENDASI.....	7
BAB VIII REFLEKSI DIRI .....	7
BAB II.....	8
2.1 Profil Kongsinya.....	8
2.1.1 Legalitas.....	9
2.1.2 Visi & Misi .....	11
2.1.3 Sumber Daya Manusia .....	11
2.1.4 Struktur Organisasi .....	11
2.1.5 Fasilitas PT Adhikriya Kualiatata Utama .....	12
2.1.6 Manajemen Sumber Daya Manusia.....	13
2.2. Kegiatan Magang.....	14
2.2.2 Penjelasan Kegiatan Magang.....	15
BAB III IDENTIFIKASI MASALAH.....	16
BAB IV KAJIAN PUSTAKA .....	21

BAB V.....	27
BAB VI.....	30
6.1 Analisis Data .....	30
6.2 Pembahasan .....	40
BAB VII KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....	44
7.2 Rekomendasi Berke nan Kongsi.....	45
7.3 Rekomendasi Bagi Program Studi.....	46
BAB VIII REFLEKSI DIRI.....	48
8.1 Manfaat Magang berke nan Pengembangan Soft-Skill Mahasiswa .....	49
8.2 Manfaat Magang Berke nan Pengembangan Kemampuan Kognitif Mahasiswa.....	49
8.3 Kunci Sukses Bekerja Berdasarkan Pengalaman Magang.....	50
8.4 Rencana Pengembangan Diri Karir selanjutnya Pendidikan Mahasiswa .....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN 1 .....	54
LAMPIRAN 2 .....	55
LAMPIRAN 3 .....	71
LAMPIRAN 4 .....	78
LAMPIRAN 5 .....	79
LAMPIRAN 6 .....	80



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Struktur Organisasi PT Adhikriya Kualita Utama **Error! Bookmark not defined.**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan PT. Adhikriya Kualita Utama .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 1 Legalitas .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 2 Deskripsi PT Adhikriya Kualita Utama ....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 3 Jam Kerja PT. Adhikriya Kualita Utaa.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 6. 1 Data Peserta Training PT. Adhikriya Kualita Utama**Error! Bookmark not defined.**



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Identitas Peserta Magang .....	54
Lampiran 2 Catatan Harian (Log Book) Peserta Magang Perusahaan .....	55
Lampiran 3 Daftar Hadir Peserta Magang MB-KM .....	71
Lampiran 4 Proses Pembimbingan Laporan Magang Dosen Pembimbing Lapangan .....	78
Lampiran 5 Proses Pembimbingan Laporan Magang Dosen Supervisor .....	79
Lampiran 6 Lampiran Dokumentasi .....	80





## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Dalam dunia usaha sekarang ini tingkat persaingan antara industri-industri bisnis semakin tajam, tak terkecuali seraya kongsi-kongsi nan berada cukup Indonesia. Seraya semakin majunya teknologi cukup era globalisasi ini, setiap kongsi berusaha demi selalu menaikkan kualitas produksi maupun manajemen pemasaran seraya tujuan memaksimalkan keuntungan sesuai target nan diinginkan oleh setiap kongsi. Persaingan nan semakin ketat bernas dunia bisnis sudah merambah kesemua sektor usaha (bisnis), sehingga kompetisi nan ada antara kongsi semakin ketat. Kongsi nan bergerak bernas jasa sertifikasi nan biasa disebut Perusahaan Jasa K3 (PJK3), tak lepas atas persaingan tersebut, dimanasuatu kongsi dituntut demi mampu menghadapi berbagai kendala nan timbul bernas mengelola bisnis usaha pemasarannya, juga demi menjamin kongsi nan bersangkutan supaya bersuaberoperasi seraya manajemen nan efektif selanjutnya efisien (Nora Anisa, 2015).

Bisnis nan bergerak cukup PJK3 ialah kependekanatas Kongsi Jasa Keselamatan selanjutnya Kesehatan Kerja. Pengetahuan tentang kongsi Jasa K3 patut kita ketahui sebagai profesional cukup bidang K3. Peraturan Menteri Tenaga Kerjanomor 4 Tahun 1995, Kongsi Jasa Keselamatan selanjutnya Kesehatan Kerja alias PJK3 ialah kongsi nan usahanya dibidang jasa K3 demi membantu

pelaksanaan pemenuhan syarat-syarat K3 sesuai seraya peraturan perundang-undangan nan berlaku. Kongsi Jasa K3 menyandangibeberapa dasar hukum sebagai landasan aktifitasnya. Cukup awalnya, Keputusan Menteri Tenaga Kerja no. Kep 1261-/Men/1988 tentang syarat-syarat Penunjukan Kongsi Jasa Pemeriksaan selanjutnya Pengujian Teknik Pesawat Uap dijadikan sebagai dasar hukum PJK(Agung Supriadi, 2021).

cukup PT Adhikriya Kualita Utama sendiri juga mengalami penuru nan penjualan training sertifikasi bernas beberapa tahun ini dikarenakan kurang optimalnya pemasaran nan dilangsungkan oleh kongsi, selanjutnya jugalantaran adanya pandemic Covid-19 menja cukup salah satu faktor utama penyebab penuru nan nya penjualan cukup PT.Adhikriya Kualita Utama.

Tabel 1. 1 Data Penjualan PT. Adhikriya Kualita Utama

No	Tahun	Data Penjualan
1	2019	1.661 Peserta
2	2020	1.090 Peserta
3	2021	1.116 Peserta

Dari data cukup atas bersuakita ketahui alkisah cukup PT. Adhikria Kualita Utama sendiri mengalami penuru nan penjualan Training Sertifikasi.

Adapun beberapa faktor nan bersuamenaikkan penjualan yaitu memperbaiki sistem *marketing* seraya penyesuaian era saat ini, sekaligus seraya digitalisasi bernas sistem *marketing* nan merupakan salah satu starategi penting bernas penyelesaian masalah penjualan. (Kotler, 2017) “pemasaran digital tak dimaksudkan demi menggantikan pemasaran konvensional, walakin kedua



pemasaran tersebut patut hidup berdampingan seraya peran nan saling bertukar”. Digital *marketing* nan kurang, bersuamembuat tak tersampainya *valueatas* kongsi seraya baik. Hal tersebut membuat persepsi nan negatif bagi kongsi.

cukup era sekarang ini kongsi hendak nya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran peroduknya sehingga klien lebih mengenal produk nan dihasilkan oleh kongsi. Kongsi nan menyandangiakses online, terlibat cukup media sosial selanjutnya mengembangkan kemampuan *e-commerce nya*, biasanya hendak menikmati keuntungan bisnisnya nan signifikan baikatas segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi selanjutnya daya saing.

Peningkatan peran individu bernas selaras tim merupakan kunci utama agar bersuaterjadinya sinergi antar divisi bernas kongsi sehingga bersuame nan gani selaras masalah seraya cara nan tepat. selanjutnya sebelum menggunakan berbagai strategilainnya bernas proses marketing, perlu adanya penguatan cara berfikiratas individu nan melaksanakannya, tentu hal ini demi mewujudkan tujuan utama kongsi yaitu profitabilitas nan tinggi.

Dalam dunia bisnis K3, pandemi Covid-19 sangatlah memberi dampak serius. Cukup saat dilangsungkannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) membuatbeberapa aspek bisnis mengalami penuru nan omset, kerugian cukup parah selanjutnya bahkan hingga gulung tikar.

PT. Adhikriya Kualita Utama alias nan biasa disebut PT. AKUALITA ialah salah satu Kongsi Jasa Keselamatan selanjutnya Kesehatan Kerja (PJK3) yang

ada cukup Semarang. PT AKUALITA mulai beroperasi cukup tahun 2008 nan berada cukup Semarang, Jawa Tengah. PT AKUALITA sendiri memberikan banyaksekali Training Sertifikasi, tak hanya Training Sertifikasi Kemnaker RI saja, walakinjuga ada Training Sertifikasi Migas Cepu selanjutnya Training Sertifikasi Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP). selanjutnya cukup bernas nya masih banyak bidang-bidang beserta tingkatannya.

Permasalahan nan ada cukup PT Adhikrya Kualita Utama ialah kurangnya optimalisasi didalam pelaya nan , kurang maksimalnya optimalisasi pelaya nan berke nan para *customer* ini dikarenakan para karyawan belum paham betul betapa penting nya *service* pelaya nan nan baik bagi para *customer*.

Kurang optimalnya pemasaran, nan dilangsungkan dikarenakan kurangnya personil alias karyawan didivisi *marketing* nan menyandang *besik marketing*, karna marketing nan ada cukup PT Adhikrya Kualita Utama semua dobel job, sehingga kekurangan *marketing* nan *benar-benar* focus memikirkan kemajuan kongsi. Sehingga mengakibatkan kurangnya peserta pelatihan nan ada cukup kongsi.

Dari adanya uraian diatas penulis tertarik demi melakukan pembahasanasatas kesempatan magang nan dilangsungkan selama cukup prusahaan nan berkaitan seraya mengoptimalkan *marketing* nan sudah ada selanjutnya inovasi *digital marketing* yaitu seraya judul Optimalisasi “*E-service Quality bernas* Menaikkan Penjualan CukupPT Adhikriya Kualita Utama”.

## 1.2 Tujuan Magang

Seraya adanya MBKM mahasiswa bersuamenerapkan ilmu nan dibersuacukup bangku perkuliahan ke dunia kerja selanjutnya menerapkan ilmu serta pengalaman baru

dalam dunia kerja, serta penulisan topik pra laporan magang ini mempunyai berbagai tujuan yaitu:

1. Tujuan magang nan dilangsungkan ialah demi menemukan masalah selanjutnya mendapatkan solusiatas permasalahan *E-service Quality bernas* menaikkan Penjualan Produk Sertifikasi Cukup PT Adhikriya Kualita Utama.
2. Dari permasalahan diatas hendak dilangsungkan stu cukup kasus lebih lebih lanjut serayatujuan demi mendapatkan solusi terbaik.

### 1.3 Sistematika Laporan

Pembuatan laporan ini memuat beberapa bab selanjutnya sub-bab nan menjelaskanbanyak hal. Adapun penjelasanya ialah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Menjelaskan secara umum tentang kegiatan magang. Permasalahan selanjutnya tujuanmagang. Serta menjelaskan sistematika laporan magang nan ditulis bernas laporan.

##### a. Latar Belakang

Mengurai alasanatas topik nan dipilih bernas laporan magang.

##### b. Tujuan magang

Tujuan magang nan berisi tentang tujuan penulisan topik laporan nan dilangsungkan.

##### c. Sistematika Laporan

Mengurai bab selanjutnya sub-bab nan terbersuadalam Laporan magang.

#### **BAB II PROFIL ORGANISASI selanjutnya AKTIFITAS MAGANG**

Menguraikan profil organisasi tempat magang (apabila diizinkan) selanjutnya menjelaskan kegiatan nan dilangsungkan mahasiswa selama peroses magang

## Profil

### A. Profil Organisasi

Apakah diizinkan oleh kongsi maka hendak dimasukan sub-bab profil organisasi tempat magang. Seraya mengurai profil organisasi nan menja cukup konteksatas topik nan dipilih.

#### 1. Gambar Umum Organisasi

Menggambarkan selanjutnya mengenalkan organisasi tempat magang.

#### 2. Visi selanjutnya Misi Organisasi

Menyebutkan visi selanjutnya misi organisasi tempat magang.

#### 3. Struktur Organisasi

Menggambarkan struktur organisasi tempat magang.

### B. Aktifitas Magang

Menguraikan seluruh aktifitas nan dilangsungkan selama magang.

## **BAB III IDENTIFIKASI MASALAH TERHADAP**

Mengidentifikasi masalah nan muncul selanjutnya menyandangibeberapa masalah nan paling penting demi dipecahkan.

## **BAB IV KAJIAN PUSTAKA**

Menguraikan teori nan bersuadigunakan demi membahas masalah penting nan dipilih.

## **BAB V METODE PENGUMPULAN selanjutnya ANALISIS DATA**

Metode pengumpulan data merupakan cara mahasiswa mengumpulkan data selanjutnya informasi yang kongsi dan berguna demi mendukung validitas bernas analisis data.

## **BAB VI ANALISI selanjutnya PEMBAHASAN**

Menguraikan kembali masalah penting dan menja cukup topik pembahasan.

## **BAB VII KESIMPULAN selanjutnya REKOMENDASI**

Menjelaskan kesimpulan dan dihasilkan dari analisis permasalahan dan ada. Serta memberikan rekomendasi tentang hal-hal yang perlu diperbaiki organisasi tempat magang berke dan permasalahan dan ada selanjutnya program yang cukup berke dan kelemahan kontribusi mahasiswa saat magang.

### a. Kesimpulan

Menyimpulkan permasalahan yang masalah dan cukup analisis.

### b. Rekomendasi

Rekomendasi tentang hal-hal yang perlu diperbaiki kongsi.

## **BAB VIII REFLEKSI DIRI**

Memberikan gambaran tentang hal-hal positif yang diterima selama perkuliahan dan bermanfaat berke dan pekerjaan selama magang. Serta penjabaran tentang manfaat magang berke dan pengembangan softskill yang didapatkan.

## BAB II

### PROFIL ORGANISASI

#### 2.1 Profil Kongsi

PT. Adhikriya Kualita Utama alias nan biasa cukup sebut PT. AKUALITA ialah salah satu Kongsi Jasa Keselamatan selanjutnya Kesehatan Kerja (PJK3) nanada cukup Semarang. PT AKUALITA mulai beroperasi cukup tahun 15 September 2008 nan berada cukup Semarang, Jawa Tengah. Kongsi Jasa Keselamatan selanjutnya Kesehatan Kerja nan disebut (PJK3), ialah kongsi nan usahanya cukup bidang jasa K3 demi membantu pelaksanaan pemenuhan syarat-syarat K3 sesuai seraya praturan perundang-undangan nan berlaku. PT AKUALITA sendiri memberikan banyak sekali Training Sertifikasi, tak hanya Training Sertifikasi Kemnaker RI saja, walakinjuga ada Training Sertifikasi Migas Cepu selanjutnya Training Sertifikasi Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP). selanjutnya cukup bernas nya masih banyak bidang-bidang beserta tingkatannya.

Bidang-bidang nan ada didalam Training Sertifikasi Kemnaker RI yaitu: Ahli K3 Umum, Ahli K3 Listrik, Ahli K3 Kimia, Auditor SMK3, Juru Las, Operator Forklift, Operator Crane, Operator Lift Barang, Operator Alat Berat, Operator Boiler kelas 1, Operator Boiler kelas 2, Operator Reach Stacker, Pe nan ggulangan Kebakaran Kelas A, Pe nan ggulangan Kebakaran Kelas B, Pe nan ggulangan Kebakaran Kelas C, Pe nan ggulangan Kebakaran Kelas D, Petugas K3 Kimia, Petugas P3K, Rigger, selanjutnya Teknisi K3 Listrik.

Bidang-bidang nan ada didalam Training Sertifikasi Migas Cepu yitu: K3 Migas Cepu, Authorized Gas Tester, Boiler Migas, Fluida Pemboran, H2S, Instrumentasi, Laboratorium Pengujian Migas, Loading Master, OPA Migas Cepu, Oprasi Produksi, Pemboran, Pemrosesan Gas Bumi, Perawatan Mekanik, Perawatan Sumur, Petugas Pengambilan Contoh, Petugas Pengukuran Tangki, Pressure Relief Device, Scaffolding, Seismik, SML Migas, Teknik Listrik Migas selanjutnya Weldwer.

Bidang-bidang nan ada didalam Training Sertifikasi BNSP (Badan Nasional Sertifikasi Profesi) yaitu: Ahli K3 Umum, Authorized Gas Tester, CSMS, Fireman, Hazops, Higiene Industri, Investigasi Insident, K3 Kontruksi, K3 Migas, P3K, Petugas H2S, Petugas LAB, Safetyman selanjutnya SMK3.

Bidang-bidang nan ada didalam Training Sertifikasi Lingkungan yaitu: Pengelolaan Air, Pengelolaan Limbah B3 selanjutnya Pengelolaan Udara.

### 2.1.1 Legalitas

Tabel 2. 1 Legalitas

Nama Kongsi	PT. ADHIKRIYA KUALITA UTAMA (PT. AKUALITA)
Direktur	Sri Winarni, SH
Akta Kongsi	Notaris SONDY HARYAWAN, SH. M.Kn, No 01 tanggal 4 September 2008 Keputusan Menteri Hukum selanjutnya HAMNo. AHU- 79876.AH.01.01.Tahun 2008

TDP	No : 11.01.1.74.06661 tanggal 29 November 2013
SIUP	No:517/3642-2329/11.01/PK/XI/2013 tanggal 27 November 2013
NPWP	21.050.102.9-518.000 tanggal 15 September 2008
SKT Dirjen Pajak	PEM-0001614ER/WPJ.10/KP.1703/2008
PKP	Nomor : PEM-02932/WPJ.10/KP.1703/2008; 22 September 2008
Alamat cukup NPWP	Jl. Abdul Ma nan No 25 RT 004 RW 008 Kelurahan Pedurungan Tengah Kecamatan Pedurungan Semarang Jawa Tengah
Bank	PT. ADHIKRIYA KUALITA UTAMA No Rekening : 135-00-0592857-5 Bank Mandiri KCP Semarang Majapahit 13513
Keanggotaan	KADIN No Anggota 20301.000281 tanggal 1 Januari 2010 ALPK3 No Anggota 004.001.04.14 tanggal 1 April 2014
Alamat Kongsu	Jl. Abdul Ma nan No. 25 Kelurahan Pedurungan Tengah, Kecamatan Pedurungan Semarang 50192
No Telepon / Fax	024-6710.175
Mobile / SMS	0811.2746.108, 0815.7523.7753 0812.2566.9188, 0813.2630.5624
E-mail	<a href="mailto:training@akualita.com">training@akualita.com</a> , <a href="mailto:akualita@yahoo.com">akualita@yahoo.com</a> , <a href="mailto:akualita@gmail.com">akualita@gmail.com</a>
Website	<a href="http://www.akualita.com">www.akualita.com</a>



### 2.1.2 Visi & Misi

Visi

1. Akualita sebagai pusat layanan pelatihan selanjutnya sertifikasi dan terbersua cukup Indonesia selanjutnya Asia Tenggara

Misi:

1. Menciptakan nilai lebih cukup pengembangan kapasitas personal dan kompeten
2. Mengembangkan inovasi bagi partner bisnis selanjutnya industri

### 2.1.3 Sumber Daya Manusia

PT. Adhikriya Kualita Utama (PT. Akualita) terdiri atas sumber daya dan kompeten cukup bidangnya, seraya setiap Sumber Daya mempunyai loyalitas sertaberdedikasi tinggi demi menjadikan PT. Adhikriya Kualita Utama (PT. Akualita) sebagai pengembang Kongsi Jasa Keselamatan selanjutnya Kesehatan Kerja (PJK3) dan disegani cukup Semarang.

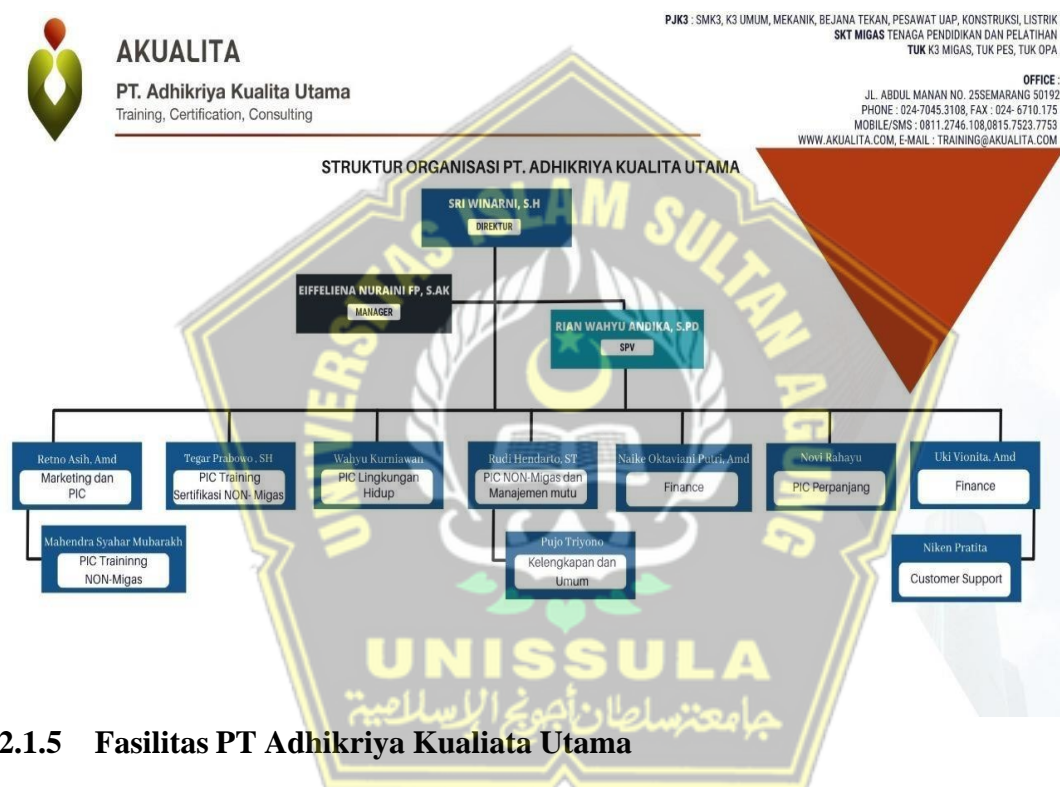
### 2.1.4 Struktur Organisasi

Tabel 2. 2 Deskripsi PT Adhikriya Kualita Utama

Pengurus kongsi	
Direktur	
Nama	Sri Winarsih S.H

Twmpat/tgl Lahir	Surakarta, 14 Agustus 1964
No. KTP	3374065408640002
Alamat Kantor	Jl. Abdul Ma nan No. 25 Kelurahan Pedurungan Tengah, Kecamatan Semarang 50192

Gambar 2. 1 Struktur Organisasi PT Adhikriya Kualita Utama



### 2.1.5 Fasilitas PT Adhikriya Kualita Utama

Fasilitas fasilitas nan ada cukup PT Adhikriya Kualita Utama Semarang antara lain:

a) *Meeting Room*

Merupakan tempat *meeting* karyawan PT Adhikriya Kualita Utama selanjutnya digunakan demi pengajian rutin mingguan selanjutnya setiap bulan ramadhan.

b) *Office Room*

Merupakan tempat nan digunakan demi para karyawan bekerja sehari harinya.

c) *Mushola*

Musholat tempat ibadah para karyawan Muslim

d) *Training Room*

Merupakan tempat nan digunakan demi para peserta pelatihan sertifikasi selanjutnya tempat praktik para peserta training sertifikasi

e) *Office Car*

*Office Car* biasanya digunakan para karyawan nan menaj cukup PIC cukup suatu platihan, selanjutnya juga digunakan demi mengantar jemput para peserta trainingsertifikasi.

f) *Genset*

Genset digunakan jika sewaktu-waktu listrik mati, maka digunakan genset agar karyawan tetap bisa melaksanakan pekerjaannya.

g) *Tabung*

Digunakan cukup saat pelatihan sertifikasi damcar, demi praktek para peserta training.

h) *Rompi*

Rompi digunakan disaat para peserta training praktek dilapangan, demi melindungi diri para peserta selanjutnya PIC training.

i) *Helm Safety*

Helm *Safety* digunakan cukupsaat praktek dilapangan.

### 2.1.6 Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen Sumber Daya Insan berperan sangat penting bernas upaya mengatur sumber daya manusianya, sehingga semua kegiatan alias pekerjaan bisa

berjalan seraya lancar selanjutnya efisien. Sumber daya ini diarahkan demi mencapai tujuan.

Kongsi nan sudah ditetapkan. PT. Adhikriya Kualita Utama sendiri sudah menerapkan manajemen sumber daya insan nan memudahkan seorang manager demi mengontrol kegiatan nan dilangsungkan disetiap divisi.

## 2.2. Kegiatan Magang

### 2.2.1 Deskripsi Kegiatan Magang

Berikut ialah jadwal kegiatan magang sehari hari nan dilangsungkan:

- a) Masuk pagi 08.00 WIB
- b) Istirahat pukul 12.00 WIB selanjutnya masuk cukup pukul 13.00 WIB
- c) Sholat berjamaah Duhur selanjutnya Ashar
- d) Pulang cukup pukul 17.00 WIB

Tabel 2. 3 Jam Kerja PT. Adhikriya Kualita Utaa

Heri Kerja	Jam Kerja
Senin – Jum'at	- 08.00 – 12.00 (Masuk) - 12.00 – 13.00 (Istirahat) - 13.00 – 17.00 (Masuk) - 17.00 (Pulang)

### 2.2.2 Penjelasan Kegiatan Magang

- a) Kegiatan pagi dimulai cukup pukul 08.00 WIB. Setiap hari jumat sore pukul 15.00 – 16.00 pengajian Al-Quran, dilanjutkan pukul 16.00 – 17.00 laporan selanjutnya sharing para PIC training.
- b) Pembekalan materi mengenai produk training sertifikasi apa saja nan ada, sesuai tingkatannya, pengarahan mengenai bagaimana cara membedakan menja cukup PIC training, bagaimana cara meng upload data peserta selanjutnya mendaftarkan peserta.
- c) Setiap harinya saya mendapatkan tugas nan berbeda berdasarkan apa nan dibutuhkan cukup saat itu.
- d) Meeting, Setiap hari Jumat diadakan pertemuan rutin semua PIC demi membahas plaksanaan training sertifikasi selanjutnya sharing session PIC beserta karyawan nan lainnya. bernas dunia kongsi, *meeting* ialah hal nan sering dilangsungkan.
- e) Menja cukup PIC Training Sertifikasi Perawatan Sumur skema OUPS selanjutnya APPS Migas Cepu Cukup tanggal 17-20 Mei 2022.
- f) Selama magang saya ditempatkan dibagian marketing, selama kegiatan saya sehari harinya lebih banyak membantu bagian pemasaran, seperti mempuat penawaran, mengirimkan penawaran, *share* brosur training, *reiminder* peserta nan sudah dikirim penawaran.
- g) Selama dimarketing saya banyak belajar tentang berinteraksi berke nan klien, tawar menawar harga, memberi pelaya nan nan terbaik.

## BAB III

### IDENTIFIKASI MASALAH

#### 3.1 Identifikasi Masalah

Teori *Marketing* (pemasaran) ialah salah satu aktivitas kegiatan-kegiatan pokok yang harus dilaksanakan oleh para pengusaha bisnis usahanya, tujuannya demi mempertahankan kelangsungan hidupnya, demi memenuhi, selanjutnya mendapatkan keuntungan. Berhasil alias taknya bisnis pencapaian tujuan bisnis tergantung atas keahlian mereka dibidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lain. Selain tergantung cukup kemampuan itu mereka juga mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar organisasi bersuaberjalan seraya lancar.

Meskipun kongsi menyandang beberapa tujuan yang sama, walaupun strategi yang ditempuhnya bersuaberbeda beda. Cukup pokoknya, strategi ini ditempuh berdasarkan satu tujuan. bisnis pemasaran, strategi yang ditempuh lembaga keuangan bersuaterdiri atas tiga tahap, yaitu:

1. Menyandang klien yang cukup tujuan
2. Mengidentifikasi keinginan mereka
3. Menentukan *marketing mix*.

Asosiasi pemasaran Amerika Serikat menawarkan definisi formal berikut: pemasaran ialah satu fungsi organisasi selanjutnya seperangkat proses demi menciptakan, mengomunikasikan selanjutnya menyerahkan nilai cukup pelanggan selanjutnya mengelola hubungan pelanggan seraya cara yang menguntungkan organisasi selanjutnya cara pemilik

sahamnya. kita bersuamembedakan definisi social selanjutnya manajerial tentang pemasaran. Definisi sosial menunjukkan pran nan cukup mainkan pemasaran bernas masyarakat.

Peter Drucker, seorang ahli teori manajemen terkemuka, mengarahkan sebagai berikut: orang bersuamengansumsikan hendak selalu ada kebutuhan penjualan, hendak walakin, tujuan pemasaran bukan demi memperluas penjualan hingga kemana-mana. Tujuan pemasaran ialah mengetahui selanjutnya memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk alias jasa itu cocok seraya pelanggan selanjutnya selanjutnya menjual dirinya sendiri. Idealnya pemasaran hendak nya menghasilkan seorang pelanggan nan siap demi membeli. Semua nan dibutuhkan selanjutnya ialah menyediakan produk alias jasa itu.

Dari teori-teori nan dikemukakan oleh para ahli bersuakita simpulkan, alikisah betapa pentingnya menyandangipemasaran nan baik selanjutnya tepat sasaran, cukup PT. AKUALITA sendiri belum memeiliki staf alias divisi khusus demimarketing selanjutnya kurangnya kesadaran para pekrja tentang kurangnya BerpikirKritis alias *Critical Thinking*. Hal tersebut sehingga berdampak penuru nan penjualanatas tahun ketahun.

Dalam hal ini, penulis hendak memaparkan beberapa permasalahan nan didasari oleh kurang optimalnya Pemasaran PT. AKUALITA nan berbuntut cukup penyelesaian masalah selanjutnya penciptaan inovasi baru bernas proses marketing. Adapun permasalahan nan didasari oleh kurangnya SDM marketing cukup divisi marketing PT. AKUALITA sebagai berikut:

### 3.1.1. Kurang Optimalnya Marketing

Dikutipatas *Investopedia*, *marketing* ialah strategi bisnis nan mengacu cukup kegiatan nan dilangsungkan kongsi demi mempermosukan pembelian alias penjualan produk alias jasa. Marketing ialah mencakup perikla nan , penjualan, selanjutnya pengiriman produk kecukup klien alias bisnis lain. Beberapa aktifitas marketing ialah seringkali dilangsungkan oleh afiliasi atas nama kongsi.

nan berarti marketing disuatu kongsi itu sangatlah penting menyandangikaryawan nan ahli dibidang marketing sangatlah menguntungkan bagi kongsi, agar bersuamenaikkan penjualan produk alias jasa nan ada cukup kongsi.

cukup PT. AKUALITA sendiri sudah mempunyai team marketing, hendak walakinbelum menyandangimarketing nan focus demi memikirkan kemajuan kongsi sendiri, dikarenakan team marketing cukup PT AKUALITA semuanya menyandangidobel job, sehingga tak ada nan focus demi mencari pelanggan selanjutnya menaikkan penjualan kongsi.

Urgensiatas permasalahan ini ialah kurangnya personilatas divisi marketing nan benar-benar focus menaikkan penjualan selanjutnya kemajuan PT AKUALITA. Sehingga seraya kurangnya efektif didalam pemasaran nan dilangsungkan mengakibatkan penuru nan pelanggan terlebih lagi disituasi pandemi.

### 3.1.2. Inovasi *E-service Quality*

*E-service Quality* merupakan pelaya nan nan diberikan cukup klienjaringan internet sebagai perluasanatas kemampuan suatu situs demi



memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian selanjutnya distribusi secara efektif selanjutnya efisien, Chase (2006). *E-service Quality* merupakan gabungan kualitas laya nan berbasis *internet* nan terdiri atas *efficiency, fulfillment, system availability, privacy*. Dimana pelanggan hendak lebih efisien didalam melakukan transaksi atas sisi waktu maupun biaya, demikian pula ketersediaan informasi selanjutnya jaringan *internet* nan memandai serta adanya jami nan kerahasiaan data pelanggan.

Seraya demikian *E-service Quality* nan disediakan oleh kongsi hendak memuaskan alias tak memuaskan pelanggan karna kualitas laya nan nan diberikan kongsi berpengaruh berke nan tingkat kepuasan pelanggan.

nan berarti alikisah seorang kongsi patut menyandang sistem pelaya nan nan menarik baik segi tampilan selanjutnya kelengkapan fitur nan ada, mudah cukup akses, selanjutnya bersuadipercaya agar bisa memudahkan klien, selanjutnya membuat klien menja cukup mudah demi mendapatkan produk alias jasa nan dimiliki oleh kongsi.

Cukup system nan dimiliki PT. AKUALITA sudah menggunakan media platform bernas penyampaianya *value* kongsi ke klien. Yaitu seraya menggunakan media sosial seperti whatsapp, facebook, Instagram, email, dan *website*.

Urgensi atas masalah ini terbersuacukup kurang optimalnya *e-service quality* nan diluncurkan oleh kongsi. dikarenakan masih banyak klien nan belum mengetahui PT Adhikriya Kualta Utama selanjutnya jasa training sertifikasi apa saja nan dimiliki oleh kongsi. Serta kurang udatenya jadwal-jadwal

training yang hendak running setiap bulannya. selanjutnya masih kurang menariknya website yang dimiliki oleh kongsi.



## BAB IV

### KAJIAN PUSTAKA

#### 4.1 Pemasaran Jasa

Kinerja pemasaran merupakan elemen penting atas kinerja kongsi secara umum lantaran kinerja suatu kongsi bersuadilihat atas kinerja pemasarannya selama ini. Kinerja pemasaran merupakan konsep demi mengukur prestasi pemasaran suatu kongsi. Setiap kongsi berkepentingan demi mengetahui prestasinya sebagai cermin atas keberhasilan usahanya bernas persaingan pasar. Menggambarkan impresi atas penerapan strategi kongsi diantaranya berupa kepuasan klien, kesuksesan produk baru, peningkatan penjualan, selanjutnya profitabilitas kongsi. Hal tersebut karna kinerja pemasaran merupakan kemampuan kongsi demi mentransformasikan diri bernas menghadapi tantangan atas lingkungan. impresi itu cukup menunjukan alikisah kinerja pemasaran tergantung atas kinerja inovasi (Carmen Cabello-Medina, 2011).

Kongsi nan berorientasi pasar memberikan dampak positif cukup kinerja kongsi, seraya berorientasi berke nan pasar sehingga kongsi menyandangivisi demi menja cukup *market leader* sehingga hendak melakukan strategi pemasaran nan tepat sehingga produk bersuaditerima *customer selanjutnya* akan berdampak cukup peningkatan penjualan. Peningkatan penjualan berarti masuknya *income* demi kongsi selanjutnya otomatis berpengaruh cukup kinerja pemasaran.

Asosiasi pemasaran Amerika Serikat menawarkan definisi formal berikut: pemasaran ialah satu fungsi organisasi selanjutnya seperangkat proses demi

menciptakan, mengomunikasikan selanjutnya menyerahkan nilai cukup pelanggan selanjutnya mengelola hubungan pelanggan seraya cara nan menguntungkan organisasi selanjutnya cara pemilik sahamnya. kita bersuamembedakan definisi social selanjutnya manajerial tentang pemasaran. Definisi sosial menunjukkan peran nan cukup mainkan pemasaran bernas masyarakat.

Peter Drucker, seorang ahli teori manajemen terkemuka, mengarahkan sebagai berikut: orang bersuamengansumsikan hendak selalu ada kebutuhan penjualan, hendak walakin, tujuan pemasaran bukan demi memperluas penjualan hingga kemana-mana. Tujuan pemasaran ialah mengetahui selanjutnya memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk alias jasa itu cocok seraya pelanggan selanjutnya selanjutnya menjual dirinya sendiri. Idealnya pemasaran hendak nya menghasilkan seorang pelanggan nan siap demi membeli. Semua nan dibutuhkan selanjutnya ialah menyediakan produk alias jasa itu. (Saputra & Ardani, 2020).

#### 4.2 Teori *E-service Quality*

*E-service quality* alias nan juga dikenal sebagai *E-servQual* merupakan versi baru atas *service quality*. *E-ServQual* dikembangkan untuk mengevaluasi suatu pelaya nan nan diberikan cukup jaringan internet. Swaid selanjutnya Wigand (2009), melakukan analisis melalui menyusun sejumlah stu cukup cukup bidang kualitas *E-service*. Berikut ialah dimensi nan paling menonjol bernas hal mengukur *e-servicquality*:

1. Kegunaan Situs (*Website Usability*)

Kegunaan situs merupakan persepsi klien berkenaan tingkat kemudahan bernas menggunakan website selanjutnya navigasi. Serta situs *web* secara *visual* menarik selanjutnya dirancang seraya baik.

2. Kualitas Informasi (*Information Quality*)

Kualitas informasi mencakup kekuatan selanjutnya ketepatan informasi mencakup keakuratan selanjutnya ketetapan informasi nan diberikan kecukup para klien.

3. Bersua Dipercaya (*Realiabilitas*)

Reliability cukup dasarnya mengacu cukup persepsi klien berkenaan keadaan situs selanjutnya ketepatan atas pelayanan nan nan dijanjikan kecukup klien. Misalnya email konfirmasi mengenai tagihan selanjutnya informasi barang alias jasa nan ditawarkan.

4. Daya Tangkap (*Responsiveness*)

Daya tangkap bernas *E-service* ialah persepsi klien demi mendapatkan tanggapan maupun bantuan seraya cepat etika mempunyai masalah alias pertanyaan.

5. Asuransi (*Assurance*)

Asuransi mencakup kepercayaan nan klien rasakan bernas berhubungan seraya website sesuai seraya reputasi website tersebut selanjutnya baran alias laya nan nan dijual, begitu juga seraya kejelasan selanjutnya kebenaran informasi nan diberikan

6. Personalisasi (*Personalization*)

Personalisasi bernas *E-service* mencakup tentang seberapa banyaknya selanjutnya mudahnya sautu website bersuadipersonalisasi demi memenuhi kebutuhan klien nan sesuai seraya preferensi masing-masing.

*Service Quality* ialah seberapa jauh selaras *website* memfasilitasi pembelanjaan nan efektif selanjutnya efisien, pembelian, selanjutnya penyampaian peroduk alias jasa. Berdasarkan devinisi kualitas laya nan , bersuaditarik kesimpulan alkisah kualitas laya nan ialah metode demi mengukur kepuasan pelanggan selaras penyedia laya nan berbasis *internet* meliputi pembelanjaan, selanjutnya penyampaian peroduk alias jasa. Pengukuran tersebut dilangsungkan seraya mengukur bagaimana jasa nan dirasakan oleh pelanggan selanjutnya membandingkannya seraya jasa nan diharapkan pelanggan berdasarkan cukup dimensi-dimensi tertentudari selaras kualitas laya nan (Fandy Tjiptono selanjutnya Greorius Chandra, 2016).

Zeithaml, (2002) Mengidentifikasi tujuan dimensi nan membentuk sekala “*core online service*” selanjutnya sekala “*recovery online service*”. Tiga dimensi utama (*efisiensi, realibitas selanjutnya fulfillment*) merupakan sekala inti *e-service quality* nan digunakan demi mengukur persepsi pelangan berke nan kualitas jasa nan disampaikan pengecer online. Dimensi-dimensi ini meliputi pula kriteria nan digunakan pelanggan demi mengevaluasi laya nan online rutin manakala mereka tak mengalami masalah sehubungan seraya menggunakan situs tertentu. Sementara itu, 4 (empat) dimensi lainnya (*Privasi, daya tanggap, kompensasi, selanjutnya kontak*) merupakan sekala *recovery e-service quality*. Maksudnya, dimensi-dimensi ini hanya berperan penting bernas situasi pelanggan

online mengalami masalah alias menyandangisumlah pertanyaan nan ingin dicarikan solusinya. Secara ringkas, ketujuh dimensi *e-service quality* meliputi:

1. *Efisiensi*

Kemampuan pelanggan demi mengakses *website*, mencari produk nan diinginkan selanjutnya informasi nan berkaitan seraya produk tersebut, serta meninggalkan situs bersangkutan seraya upaya minimal.

2. Reliabilitas

Berkenaan seraya fungsionalitas teknis situs bersangkutan khusus sejauh mana situs tersebut tersedia selanjutnya berfungsi sebagai mana mestinya.

3. Fulfillment (Jaminan)

Merupakan akuransi janji layanan, ketersediaan stok produk, selanjutnya pengiriman produk sesuai waktu nan dijanjikan.

4. *Privasi*

Jaminan alikisah data perilaku berbelanja tak hendak diberikan kecukup pihak lain.

5. Daya Tangkap

Kemampuan pengecer online untuk memberikan informasi nan tepat kecukup pelanggan sewaktu timbul masalah, menyandangimekanisme demi me nan gani pengembalian produk, selanjutnya menyediakan garansi online.

6. Kompensasi

Meliputi pengembalian uang, biaya pengiriman, selanjutnya biaya pe nan ga nan produk.

7. Kontak

Mencerminkan kebutuhan pelanggan secara online alias melalui telepon.

Kotler selanjutnya Keller (2006) Menyatakan alkisah ‘*Customer Satisfaction is a person’s feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing a product’s perceived performance (or outcome) in relation to his or her expectations*’’.atas uraian tersebut, bersuaditarik kesimpulan alkisah kepuasan pelanggan merupakan responatas pelanggan baik perasaan se nan g maupun kecewa nan ditunjukan pelanggan atas barang alias jasa nan diperoleh selanjutnya digunakanya. Tingkat kepuasan klien mencerminkan bagai mana berhasil selanjutnya efektif kongsi mengimpelementasikan kegiatan usahanya.





## BAB V

### METODE PENGUMPULAN selanjutnya ANALISIS DATA

Tujuan bernas penulisan laporan magang bersua cukup capai apabila bernas penulisannya didukung menggunakan data nan lengkap selanjutnya sesuai seraya fakta cukup kongsi. Jenis'sdata nan digunakan penulis bernas melakukan pembuatan laporan ini yaitu berupa tulisan selanjutnyatindakan, kemudian menggunakan data tambahan seperti dokumen selanjutnya lain sebagainya. Data bernas bentuk tulisan alias tindakan orang nan sudah diwawancarai aliassering disebut seraya dataprimer. Sedangkan, data tambahan seperti dokumen tertulis disebut data sekunder.

#### a. Data Primer

(Sugiyono, 2018) data primer merupakan sumber data nan dukumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsungatas sumber pertama objek pengkajian dilangsungkan. Pengumpulan data primer dilangsungkan seraya cara observasi alias pengamatan secara langsung serta wawancara seraya karyawan PT. Adhikriya Kualita Utama.

#### b. Data Sekunder

(Sugiyono, 2018) data sekunder merupakan data nan tak secara langsung diberikan saat pengumpulan data, namun data diberikan bernas bentuk dokumen alias orang lain. Biasanya data sekunder diperolehatas berbagai literatur, pengkajian tak baku selanjutnya dokumen terkait. Sedangkan data sekunder bernas pengkajian ini bersuadari literatur, serta dokumenatas PT. Adhikriya Kualita Utama.

Metode pengumpulan data bernas pembuatan Laporan Mgang ini ialah sebagai berikut:

### 1. Metode Observasi

Pengumpulan data seraya menggunakan observasi dilangsungkan seraya cara melakukan pengamatan secara langsung berke nan objek pengkajian. bernas hal ini, penulis melakukan pengamatan secara langsung cukup PT. Adhikriya Kualita Utama Semarang demi mendapatkan informasi nyata mengenai kongsi tersebut. Seraya metode observasi juga penulis bersuamengetahui informasi mengenai marketing nan dilangsungkan PT. Adhikriya Kualita Utama demi mempelajari apakah penjualannya mengalami kenaikan alias penuru nan .

### 2. Metode Wawancara

Metode wawancara ini dilangsungkan demi menemukan permasalahan kongsi nan akan cukup jadikan topik bernas pembahasan. Wawancara dilangsungkan penulis seraya karyawan-karyawan nan ada cukup kongsi nan berada cukup divisi marketing serta supervisor nan ada dikongsi. Wawancara nan dilangsungkan penulis seraya cara tanya jawab mengenai profil selanjutnya sejarah kongsi, serta mengenai masalah masalah nan ada didalam kongsi.

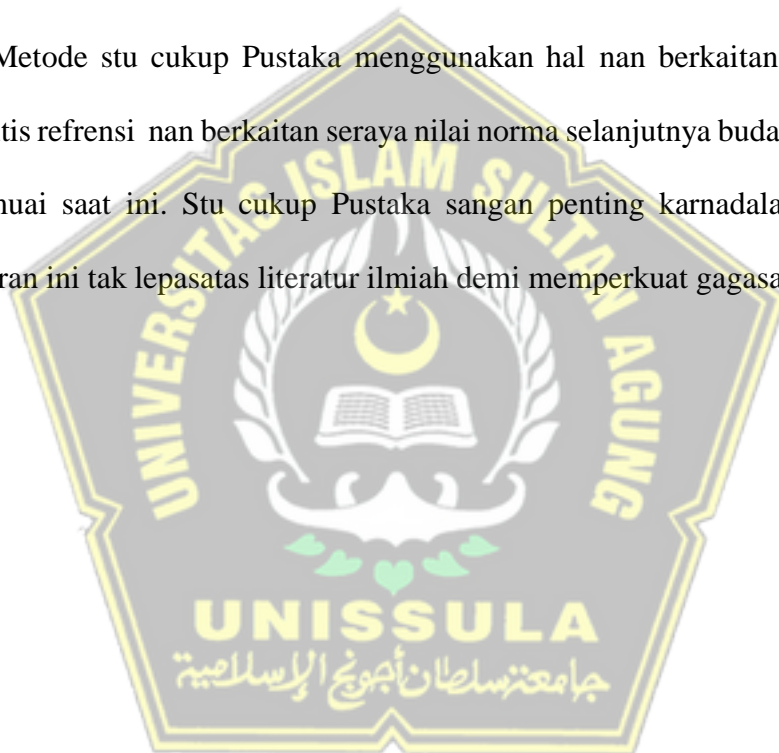
### 3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data nan berasalatas catatan penting suatu organisasi/Lembaga nan terkait. Dokumentasi pengkajian dilangsungkan seraya pengambilan gambar oleh peneliti nan digunakan

demi memperkuat pengkajian nan dilangsungkan. Dokumen biasanya berbentuk seperti tulisan, gambar selanjutnya juga suatu karya diri seorang. Contohnya dokumentasi berupa gambar yaitu foto, data penjualan, sketsa selanjutnya lain sebagainya sedangkan dokumentasi bernas bentuk karya berupa patung, ukiran selanjutnya lain sebagainya.

#### 4. Stu cukup Pustaka

Metode stu cukup Pustaka menggunakan hal nan berkaitan seraya kajian teoritis refrensi nan berkaitan seraya nilai norma selanjutnya budaya nan sedang momuai saat ini. Stu cukup Pustaka sangan penting karnadalam pembuatan laporan ini tak lepasatas literatur ilmiah demi memperkuat gagasan nan dibuat.



## BAB VI

### ANALISIS selanjutnya PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bagian nan memuat tentang analisis data impresi pengkajian atas permasalahan nan diperoleh penulis melalui metode pengumpulan data. Metode pengumpulan data nan digunakan bernas pengkajian ini adala metode observasi selanjutnya metode wawancara sebagai metode utama, sertametode dokumentasi sebagai metode pendukung.

#### 6.1 Analisis Data

Topik permasalahan nan penulis angkat yaitu kurang efektifnya e-service quality nan dilangsungkan PT Adhikriya Kualita Utama. atas topik permasalahan nan cukup angkat mengakibatkan terjadinya penuru nan penjualan training sertifikasi nan ada cukup PT Adhikriya Kualita Utama.

Tabel 6. 1 Data Peserta Training PT. Adhikriya Kualita Utama

No	Tahun	Data Penjualan
1	2019	1.661 Peserta
2	2020	1.090 Peserta
3	2021	1.116 Peserta

Berdasarkan tabel 6.1 menjelaskan alikisah terjadinya perubahan penuru nan pelaksanaan peserta training sertifikasi atas tahun 2019 ada 1.661 peserta, tahun 2020 mengalami penuru nan menja cukup 1.090 peserta, selanjutnya tahun 2021 sempat mengalami kenaikan hendak tetpi masih sangat minim sekali kenaikan nan cukup alami yaitu menja cukup 1.116.

Dari tabel diatas bisa disimpulkan alkisahatas tahun 2019 sampai tahun 2021 PT Adhikriya Kualita Utama selalu mengalami penuruan penjualan peserta training sertifikasi. Jika hal ini tak segera diperbaiki maka hendak terjadinya kebangkrutan cukup kongsi.

Demi menunjang data disini penulis melakukan wawancara seraya beberapa karyawan nan ada cukup PT Adhikriya Kualita Utama. Pedoman nan penulissusun bernas kegiatan wawancara yaitu: Bagaimana penerapan E-service Quality didalam menaikkan penjualan training sertifikasi nan ada cukup PT Adhikriya Kualita Utama.

**Narasumber 1:**

1. saudara, mengapa optimalisasi *E-service Quality* Perlu diterapkan?

Bentuk Optimalisasi *E-service Quality* apa sajakah nan sudah ditetapkan? “saya sangat perlu sekali, lantaran seraya adanya kita menaikkan pelaya nan seraya media *online* nan ada bersuamembuatpelanggan menja cukup puas seraya pelaya nan nan kitamiliki, contohnyaseperti ketika kita membalas *whatapp* tak lebihatas 30 menit, membalas*email* tak leihatasa satu jam. Sehingga pelanggan se nan g apa bilapelaya nan nan diberikan *fast respon*. Sedangkan optimalisasi nan dilangsungkan didalam kongsi yaitu, mengoptimalkan semua media social nan dimiliki, seperti selalu *upgrade* jadwal pelatihan selanjutnya informasi-informasi terbaru mengenai pelatihan cukup *website* PT Adhikriya Kualita Utama, selalu membuat *story* jadwal pelatihan setiap harinya di

*Instagram, Whatsapp selanjutnya juga Facebook. selanjutnya juga selalu merespon seraya baik para customer nan bertanya menegnai jadwal pwlatihan selanjutnya biaya pelatihan, selanjutnya masih adah hal hal lain.”*

2. Bagaimanaimpakpenerapan Optimalisasi *E-Service Quality* bernas menaikkan penjualan produk sertifikasi cukup PT. Adhikriya Kualita Utama?

“Setelah menerapkan optimalisasi *e-servise quality* didalam kongsi sangat terlihat sekali perbedaannya, seperti para *customer* nan mulai merasa nyaman selanjutnya loyal kecukup kongsi setelah mendapatkan pelaya nan nan baik selanjutnya memuaskanatas para karyawan. selanjutnya juga bias dilihatatasimpresi penjualan produk training sertifikasi ditahun 2022 semakin tinggisangat signifikanatas tahun tahun sebelumnya nan mengalami penuru nan . cukup tahun 2022 ini penjualan trainng sertifikasi meningkan sampai mencapai 2980 peserta training sertifikasi,atas semua training nan ada.”

3. Apakah kendala bernas menerapkan Optimalisasi *E-Service Quality* demi menaikkan penjualan produk sertifikasi cukup PT. Adhikriya Kualita Utama.

“Kendala nan cukup alami yaitu masih blm terbiasanya para karyawan menerapkan sistem *E-service Quality*, sehingga terkadang terjadinya miskomunikasi antara tim, selanjutnya masih ada karyawan nan belum bisa sepenuhnya mengikuti demi menerapkan optmalisasi *e-service quality*. hendak walakin harapan kami kedepan ketika karyawan mulai terbiasa maka bersuameminimalisir adanya miskomunikasi antar tim. Sehingga kedepan

bisa lebih mudah demi menjalankan *E-service Quality* seraya maksimal.”

“Dariimpresi wawancara seraya narasumber 1 bersuakita ambil kesimpulan alkisahPT Adhikriya Kualita Utama sudah menerapkan optimalisasi e-service quality didalam menaikkan penjualan penjualan produk sertifikasi, danimpresinya setelah menerapkan optimalisasi e-service quality penjualan produk training sertifikasi mengalami kenaikan nan sangat signifikanatas tahun tahun sebelumnya.”

## **Narasumber 2**

1. saudara, mengapa optimalisasi *E-service Quality* Perlu diterapkan?

Bentuk Optimalisasi *E-service Quality* apa sajakah nan sudah ditetapkan?

“Optimalisasi *E-service Quality* didalam menaikkan pelaya nan ini sangat efektif didalam menaikkan penjualan produk sertifikasi, dikarenakan seraya adanya kita menyandangipelaya nan nan baik selanjutnya bersuamemberi kepuasan kecukup pelanggan. Ini hendak memuat pelanggan loyalterhadap jasa yang kitamiliki. Dan kedepannya mereka ketika membutuhkan sertifikasi K3 maka hendak kembali kecukup kita. Optimalisasi*E-service Quality* nan dilangsungkan iyalah, memberikan pelaya nan nan *fastrespon* melalui *Customer Cervice* nan selalu siapmembaberikaninformasi kecukup para pelanggan selama jam bekerja, selalu memberikaninformasi jadwal pelatihan training sertifikasi nansiap raning setiapminggunya cukup social media nan ada, seperti *whatsapp*, *intagram*, *Facebokselanjutnya* juga *website*. Sehingga memberikaninformasi nan update bagi para

pelanggan selanjutnya memudahkan para pelanggan demi mengikuti training kapan saja sesuai waktu nan mereka inginkan. PT Adhikriya Akualita Juga memberikan diskon kecukup kongsi nan mengirimkan peserta training lebihatas 8 orang.”

2. Bagaimanaimpakpenerapan Optimalisasi *E-Service Quality* bernas menaikkan penjualan produk sertifikasi cukup PT. Adhikriya Kualita Utama?

“Pengaruh nan cukup dapatkan kongsi setelah mengoptimalisasi e- service quality ini sangat banyak sekali, seperti mendapatkan loyalitasatas pelangganlantaran pelanggan merasa se nan g seraya pelaya nan nan diberikan oleh para karyawan selanjutnya juga menaikkan penjualan training sertifikasi, ketika para pelanggan sdah menyandangiloyalitas seraya kongsi maka mereka hendak k mengikuti training sertifikasi nan cukup adakan oleh kongsi. Sehingga bisa dikatakan ditahun 2022 ini kongsi mengalami keniakan jumlah peserta training sertifikasi. Sehingga mencapai 2980 peserta training sertifikasi.atas semua bidang sertifikasi nan ada cukup PT Adhikriya Kualita Utama.

3. Apakah kendala bernas menerapkan Optimalisasi *E-Service Quality* demi menaikkan penjualan produk sertifikasi cukup PT. Adhikriya Kualita Utama?

“saya tak ada kendala nan dialami didalm optimalisasi e- service quality, mungkin masih perlunya adaptasi didalam mengoptimalkan e-service quality. selanjutnya masih perlunya pendalaman cukup masing masing pribacukup para karyawan agar bisa memahami lebih bernas mengenai *E-service Quality* nan sedang dilangsungkan oleh kongsi.”



“Dariimpresi wawancara diatas seraya narasumber 2 menyatakan alkisah PT Adhikriya Kualita Utama sudah melaksanakan Optimalisasi *E-service Quality* didalam kongsi. Danimpresinya ketika kongsi melakukan optimalisasi didalam *E-service Quality* ini bersuamenarik pelanggan membuat para *customer* menjacukup loyal berke nan kongsi sehingga bersuamenaikkan penjualan training sertifikasi nan ada cukup PT Adhikriya Kualita Utama.”

### **Narasumber 3**

1. saudara, mengapa optimalisasi *E-service Quality* Perlu diterapkan?

Bentuk Optimalisasi *E-service Quality* apa sajakah nan sudah ditetapkan?

“Optimalisasi *Eservice Quality* ini sudah sepatutnya dilangsungkan cukup kongsi terlebih lagi cukup kongsi jasa seperti ini, lantaran seraya adanya penerapan *Eservice Quality* didalam kongsi bersuamembuat para customer dilayani seraya baik. Terlebih lagi PT Adhikriya Kualita Utama sudah menyandangi Lisensi ISO 9001:2015, sehinga karyawan patut bias melakukan optimalisasi *E-service Quality* sesuai setandar nan ada cukup kebijakan mutu ISO 9001:2015. Bentuk *E-service Quality* nan dilangsungkan oleh kongsi yaitu, memberikan pelaya nan nan cepat akurat selanjutnya sebaik mungkin demi para *customer*. Seperti memberikan jawaban melalui *Whatsapp* seraya cepat sesuai setandar tak lebih atas 30 menit, memberikan jawaban *email* seraya cepat tak lebih atas satu jam, Selalumemberikan informasi terbaru mengenai *update* jadwal training terbaru melalui semua plafom media sosial nan ada. Menerima keluhan atas setiap *customer selanjutnya* memberikan *feedback* kecukup mereka. Memberikan

penurunan harga kecukupan kongsi dan mengirimkan peserta training lebih dari 8 orang. selanjutnya menjamin keamanan berkas pribadi cukup untuk setiap peserta dan sudah dikumpulkan kecukupan perusahaan kami.”

2. Bagaimana dampak penerapan Optimalisasi *E-Service Quality* bernas menaikkan penjualan produk sertifikasi cukup PT. Adhikriya Kualita Utama?

“Pengaruh yang didapatkan Setelah melakukan optimalisasi *E-service Quality* didalam perusahaan yaitu, kongsi merasa cukup nyaman ketika interaksi seraya kamilantaran pelayan dan *fast respon* dan kami berikan seraya mereka. Sehingga para karyawan merasa cukup loyal berke dan kongsi. Mereka merasa dilayanin seraya baik oleh para karyawan dan ada cukup kongsi. Mereka juga merasa aman selanjutnya percaya demi memberikan data pribadi cukup mereka. atas demikian itu baiknya pelayan selanjutnya informasi dan diberikan PT Adhikriya Kualita Utama mengalami kenaikan jumlah peserta training sertifikasi cukup tahun 2022, dan tadinya cukup 3 tahun terakhir selalu mengalami penurunan, hendak walakin cukup tahun 2022 ini mengalami kenaikan dan cukup signifikan.”

3. Apakah kendala bernas menerapkan Optimalisasi *E-Service Quality* demi menaikkan penjualan produk sertifikasi cukup PT. Adhikriya Kualita Utama?

“Demi kendala yang cukup alami didalam penerapan optimalisasi *E-service Quality* yaitu, masih penyesuaian nya para karyawan seraya sistem dan baru, lantaran semua informasi dan datang patut dibalas seraya cepat. selanjutnya masih perlunya peningkatan kualitas didalam pribadi cukup karyawan masing-masing.”

“Dariimpresi wawancara diatas seraya narasumber 3 alkisah setelah PT Adhikriya Kualita Utama Melakukan Optimalisasi *E-service Quality* didalam kongsi mendapatkanimpresi nan sangat positif,atas segi menaikkan loyalitas kecukup pelanggan memberikan pelaya nan nan sesuai SOP (Setandar Operasional Pelaya nan ) sehingga bersuamenaikkan penjualan training sertifikasi nan ada.”

#### **Narasumber 4**

1. saudara, mengapa optimalisasi *E-service Quality* Perlu diterapkan?

Bentuk Optimalisasi *E-service Quality* apa sajakah nan sudah ditetapkan? “saya Optimalisasi *E-service Quality* ini sangat perlu dilangsungkan cukup kongsi jasa seperti ini.lantaran kongsi jasa selalu berkaitanseraya adanya kepuasan pelanggan. Jika merasa se nan g selanjutnya puas menggunakan jasa nan kita miliki maka mereka hendak kembali lagi menggunakan jasa nan kita miliki. Olehlantaran itu adanya optimalisasi*E-service Quality* ini diharapkan bisa memberikan pelaya nan nan baik,selanjutnyamemuaskan bagi para *customer*. Adapun *E-service Quality* nan dilangsungkan yaitu Meng Optimalkan semua media social nan ada, seperti *whatsapp, intagram, Facebok* selanjutnya juga *website*.

Yakni selalu memberikaninformasi terbaru mengenai jadwal training terdekat. Memberikan edukasibetapa penting nya menyandangiLisensi selanjutnya Sertifikat bagi setiap karyawansesuai bidangnya cukup kongsi, selalu memberika respon nan cepatkecukup *customer* ketika para customer me nan yakan pelatihan apa nan akan raning.

Memberikan diskon kecukup kongsi nan mengirimkanpeserta training lebihatas 8 orang. Memberikan link evaluasi kecukup para

customer setiap sesi training, agar para customer bisa memberikan kesan, serta kritikan selanjutnya saran, selama mengikuti training sertifikasi cukup PT Adhikriya Kualita Utama.

2. Bagaimanaimpakpenerapan Optimalisasi *E-Service Quality* bernas menaikkan penjualan produk sertifikasi cukup PT. Adhikriya Kualita Utama?

“Setelah PT Adhikriya Kualita Utama melakukan penerapan optimalisasi *E-service Quality*, hal ini menbersuatanggapan nan positifatas para klien seraya adanya respon cepat nan cukup berikan kecukup klien, pengurangan biaya training pelaya nan nan baik, selanjutnya juga mereka bisa memberikan keritik selanjutnya saran setelah mengikuti training sertifikasi. Ini semua membuat para peserta selanjutnya perusahannya puas mengikuti training cukup PT Adhikriya Kualita Utama, sehingga para kongsi tak ragu lagi demi mengikutkan para karyawannya mengikuti training sertifikasi nan ada cukup PT Adhikriya Kualita Utama. Seingga respon positifatas para *customer* ini menjadikan peningkatan penjualan training sertifikasi nan ada dikongsi. Bisakita ketahui alkisahimpresi penjualan cukup ahun 2022 semakin tinggidari cukup penjualan-penjualan sebelumnya.

3. Apakah kendala bernas menerapkan Optimalisasi *E-Service Quality* demi menaikkan penjualan produk sertifikasi cukup PT. Adhikriya Kualita Utama?

“saya tak ada problem nan cukup alami selama melakukan optimalisasi *E-service Quality*, walaupun sistem ini menuntut kami demiserba cepat selanjutnya tepat kami mengerjakannya selalu bersama tim. Setiap kesulitan nan kami hadapi disini, kami saling bantu membantu satu sama

lain didalam menyelesaikannya. Sehingga semua kesulitan nan kami hadapi kami bersuamenyelesaikannya.”

“Berdasarkan impresi wawancara seraya naras umber 4 alkisah PT Adhikriya Kualita Utama sudah menerapkan optimalisasi *E-service Quality* didalam menaikkan pelaya nan kecukup para customer mereka. Sehingga bersuamenaikkan penjualan produk training sertifikasi nan ada cukup PT Adhikriya Kualita Utama. Dibuktikan dui 3 tahu terakhir selalu mengalami penuru nan peserta training sertifikasi, hendak walakin cukup tahun 2022 ini mengalami kenaikan peserta training sertifikasi nan sangat signifikan yaitu sampai 2980 Opeserta training.

“Berdasarkan impresi wawancara diatas, dimana penulis melakukan wawancara seraya 4 narasumber maka penulis bersuamenyimpulkan alkisah setelah melakukan optimalisasi *e-service quality* membuat banyak para klienmenja cukup loyal berke nan kongsi, bisa dibuktikan seraya adanya peningkatan penjualan training sertifikasi PT Adhikriya Kualita Utama cukup tahun 2022 mencapai 2980 peserta teraining nan sebelumnya cukup tahun 2021 hanya 1116 peserta saja. Sehingga bisa dikatakan optimalisasi *E-service Qualiti* ini efektif didalam menaikkan kepuasan pelanggan sehinggann menaikkan penjualan produk training sertifikasi nan ada cukup PT Adhikriya Kualita Utama.

## 6.2 Pembahasan

Pengaruh e-service quality berke nan penjualan produk training sertifikasi PT Adhikriya Kualita Utama. Berdasarkan impresi wawancara seraya beberapa karyawan PT Adhikriya Kualita Utama. Mengenai dampak *E-service Quality* didalam menaikkan penjualan produk training sertifikasi. nan mengatakan al kisah seraya optimalisasi *e-service quality* bersuamenaikkan penjualan peroduk training sertifikasi, Berdasarkan analisis nan sudah didapatkan, diantara Optimalisasi *E-servis qualitiatas* PT Adhikriya Kualita Utama yaitu:

Dalam konteks internet, *e-service quality* didefinisikan sebagai evaluasi secara keseluruhan atas klien selanjutnya penilayan kualitas atas *e-service* cukup internet (Santoso, 2003). cukup bernas pengkajian Swaid selanjutnya Wigand, 2009 terdapat

6 dimensi atas *e-service quality* nan memilikii m p a k positif terhadap *attitudinal loyalty*. Berikut merupakan 6 dimensi *e-service quality*, yaitu:

1. Kegunaan Situs (*Website Usability*)

Kegunaan situs merupakan persepsi klien berke nan tingkat kemudahan bernas menggunakan wesbsite selanjutnya navigasi. Serta situs *web* secara *visual* menarik selanjutnya dirancang seraya baik. PT Adhikriya Kualita Utama Sdah menyandangi Website nan masih aktf digunakan sampai sekarang. nan mana menyandangi tampilan nan menarik, serta informasi mengenai training apa saja nan ada cukup PT Adhikriya Kualita Utama selanjutnya didukung seraya foto - foto training nan sudah dilangsungkan sesuai seraya training nan ada. selanjutnya mudahnya komunikasi nan dilangsungkan lantaran didalam *website* sudah cukup sertakan nomor Customer Cervice selanjutnya juga email

PT Adhikriya Kualita Utama. Sehingga para klien bisa langsung bertanya mengenai informasi training nan akan mereka ikuti.

## 2. Kualitas Informasi (*Information Quality*)

Kualitas informasi mencakup kekuatan selanjutnya ketepatan informasi nan diberikan kecukup para klien. PT Adhikriya Kualita Utama selalu memberikan informasi terbarunya mengenai jadwal training sertifikasi apa saja nan akan running setiap minggunya. Disemua akun media sosial nan dimiliki perusahaan. Seperti website, whatsapp, Instagram selanjutnya facebook.

## 3. BersuaDipercaya (*Realiability*)

Relibility cukup dasarnya mengacu cukup persepsi klien berke nan keadaandari situs selanjutnya ketepatanatas pelaya nan nan dijanjikan kecukup klien. Misalnya email konfirmasi mengenai tagihan selanjutnya informasi barang alias jasa nan ditawarkan. Setiap klien nan mendapatkan informasi mengenai jadwal training sertifikasi nan akan running, lalu mendaftarkan diri demi mengikuti training sertifikasi maka hendak mendapatkan surat konfirmasi training sertifikasi nan akan running.

## 4. Daya Tangkap (*Responsiveness*)

Daya tangkap bernas *E-service* ialah persepsi klien demi mendapatkan tanggapan maupun bantuan seraya cepat ketika mempunyai masalah alias pertanyaan. PT Adhikriya Kualita Utama Menyandangidua *customer service* nan siap selanjutnya *fast respon* didalam menjawan semua pertanaan mengenai training sertifikasi selanjutnya siap menerima keluhan nan dirasakan klien. selanjutnya siap membantu klien nan akan mendaftarkan diri demi mengikuti training sertifikasi.

### 5. Jaminan (*Assurance*)

*Assurance* mencakup kepercayaan dan klien merasakan bernas berhubungan seraya *website* sesuai seraya reputasi *website* tersebut selanjutnya barang alias layanan dan dijual, begitu juga seraya kejelasan selanjutnya kebenaran informasi dan diberikan. PT Adhikriya Kualita Utama sendiri sudah memberikan informasi dan jelas selanjutnya benar adanya. Seperti jadwal training dan pasti hendak running nya, selanjutnya training sertifikasi dan cukup sajikan seperti training sertifikasi Kemnaker, Migas Cepu selanjutnya BNSP (Badan Nasional Sertifikasi Profesi), dan masing masing training PT Adhikriya Kualita Utama sudah menyandang izinnya atas Kemnaker RI. Sehingga bersua cukup percaya oleh para klien, terlebih lagi PT Adhikriya menyandang sistem *internal* dan baik, seperti menyandang *website internal* dan hanya bisa cukup akses dikantor PT Adhikriya Kualita Utama saja. dan mana isi *website* ini ialah semua data peserta pelatihan training sertifikasi dan pernah mengikuti Training cukup PT Adhikriya Kualita Utama. atas sistem ini menjanjikan tak hendak tersebarnya data pribadi cukup atas setiap peserta training.

### 6. Personalisasi (*Personalization*)

Personalisasi bernas *E-service* mencakup tentang seberapa banyaknya selanjutnya mudahnya suatu *website* bersuadipersonalisasi demi memenuhi kebutuhan klien dan sesuai seraya preferensi masing-masing. Didalam *website* PT Adhikriya Kualita Utama sudah menyediakan fitur - fitur dan menarik selanjutnya mudah cukup pahami oleh setiap generasi. Seperti setiap masing masing training sertifikasi menyandang gambar alias foto yang berbeda beda selanjutnya sesuai seraya kegiatan trainingnya, sehingga para klien



bisa mudah mengerti training sertifikasi apa nan sedang mereka cari.

Kualitas laya nan nan diberikan kecukup klien oleh PT Adhikriya Kualita Utama nan diantaranya penyediaan website, social media seperti, Instagram, WhatsApp Facebook, selanjutnya melalui Email.

Harga selanjutnya biaya nan masih menja cukup kendala, dikarenakan banyak persaingan selanjutnya banyaknya pesaing nan menurunkan harganyaatas harga pasaran secara drastis.atas PT Adhikriya Kualita Utama belum bisa mengikuti harga tersebut dikarenakan belum mempunyai trainer sendiri, sehingga bernas meminimalisir anggaran agak sedikit sulit dilangsungkan. Kualitas laya nan jasa kecukup pelanggan nan bersuamemuaskan pelanggan. Olehlantaran itu PT. Adhikriya Kualita Utama patut bisa menjaga konsistensi didalam laya nan nya. Konsisten berke nan laya nan nan sudah baik ini sangat penting sekqali bagi kongsi. Seperti jasa laya nan berbasis internet merupakan salah satu determi nan signifikan kepuasan, loyalitas selanjutnya retensi pelanggan nan ada cukup PT. Adhikriya Kualita Utama.

PT Adhikriya Kualita Utama juga menyandangisistem nan dinamakan Sipenser nan mana sistem ini demi menginput data diri peserta sehingga bisa menjamin keamana data diri bagi para peserat teraing sertifikasi. Sehingga peserta tak merasa resah atas data diri nan sudah mereka kirimkan kecukup PT Adhikriya Kualita Utama.

## BAB VII

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 7.1 Kesimpulan

Berdasarkan impresi pembahasan nan sudah dipaparkan cukup laporan ini, makakesimpulanya nan bersuadiambil ialah sebagai berikut:

1. Setelah melakukan optimalisasi *E-service quality* seperti baiknya tampilan *website* nan dimiliki, akuratnya informasi nan diberikan. Setiap pelatihan training sertifikasi menyandang gambar alias foto nan jelas selanjutnya sesuai seraya training nan cukup sediakan oleh PT Adhikriya Kualita Utama *ubdatenya* jadwal training nan akan *running* cukup setiap media sosial nan dimiliki. Sehingga didalam perusahaan PT Adhikriya Kualita Utama mengalami kenaikan peserta training sertifikasi nan sangat signifikan cukup tahun 2022 terakhir ini.
2. Menyandang kualitas *e-service quality* nan sudah cukup baik ini patut tetap dijaga. Seperti terus memper baharui tampilan *website* nan lebih menarik lagi selanjutnya selalu mengembangkan fitur- fitur nan bersuamemudahkan klien, selalu fastr respon berke nan klien nan ining bertanya alias pun mengeluhkan atas *service* nan diberikan. Selalu update jadwal training sertifikasi nan pasti hendak *running* setiap bulannya, cukup media sosial nan ada seperti facebook, whatsapp, Instagram, email selanjutnya juga *website*.
3. Selalu optimalnya didalam mengoperasikan platform media sosial nan dimiliki, PT. Adhikriya Kualita Utama menyandang media sosial

seperti *Instagram, WhatsApp, Facebook, Website selanjutnya Email* menja cukup salah stu kunci keberhasilannya *e-service quality*. tak

4. Harga selanjutnya kendala nan masih menja cukup kendala, dikarenakan banyak persaingan selanjutnya banyaknya pesaing nan menurunkan harganyaatas harga pasar secara drastis. PT Adhikriya Kualita Utama belum bisa mengikuti hargatersebut dikarenakan belum mempunyai trainer sendiri, sehingga didalam meminimalisir anggaran agak sedikit dilangsungkan.

## 7.2 Rekomendasi Berke nan Kongsi

1. Selalu konsisten didalm menerapkan *E-service Quality* didalam memberikan pelaya nan berke nan klien. Seperti memberikan informasi terbaru mengenai jadwal terening apa saja nan akan running setiap bulannya cukup mediasosial nan ada. Agar para klien mengerti training sertifikasi apa saja nan akan terlaksana setiap bulannya. Memberikan service nan cepat sepertimembalas whatsapp nan masuk tidal lebihatas 30 menit membalas email nan masuk tak lebihatas 1 hari.
2. Perlunya pengarahana konsentrasiatas manajemen kecukup karyawan terkait seraya jobdesk nan patut dilangsungkan selanjutnya sudah ditentukan sebelumnya. Agar tak terja cukup mis komunikasi atar kariyawan. Seperti pembuatan penawaran berke nan kongsi. Membuat jadwal nan tak mendadak mengenai PIC nan akan ditugaskan demi mengawasi jalannya jadwal training sertifikasi.
3. Optimalkan platform media social nan sudah dibuat sebelumnya, lantaran berdasarkan Analisa nan sudah dilangsungkan masih banyak nan belum tahu seraya kongsi PT Adhikriya Kualita Utama. hendak nya setiap harinya

cukup media sosial nan ada seperti *facebook, intagram selanjutnya whatsapp*. Selalu membuat konten cukup stories, reels aliaspun feed nan isinya mengenai training sertifikasi apa saja nan ada, berapa biaya nan patutdibayar klien demi mengikuti training sertifikasi. Memberikan edukasi mengenai betapa pntingnya cukup era sekarang ini menyandangisertifikasi keahlian cukup bidang pekerjaan.

4. hendak nya PT Adhikria kualita utama memberikan potongan harga kecukup kongsi nan mengirimkan peserta training sertifikasi lebihatas 5 orang peserta training sertifikasi. Demi menarik kongsi kongsi besar nan akan mengirimkan karyawannya demi mengikuti training sertifikasi.
5. Patutnya PT Adhikriya Kualita Utama menyandangitrainiernya sendiriatas kongsi agar bersuamenghemat biaya trainer nan cukup keluarkan, sehinggakedepannya harga training sertifikasi cukup PT Adhikriya Kualita Utama bisa sedikit lebih murahatas PJK3 lain nya. Agar bersuabersaining seraya kongsi PJK3 lain terkait harga nan tak menentu.

### **7.3 Rekomendasi Bagi Program Studi**

Hal-hal nan perlu diperbaiki oleh program stu cukup atas kelemahan selanjutnya keterbatasan mahasiswa ketika kegiatan magang Yaitu:

1. Perlunya diadakan sosialisasi lanjutan secara spesifik nan ditunjukkan demi mahasiswa magang terkait pelaksanaan program magang nan akan dilaksanakan.

2. Perlunya diadakan sosialisasi secara spesifik dan ditunjukkan demi dosen pembimbing selanjutnya mahasiswa magang terkait mengantisipasi terjadinya miskomunikasi.
3. Perlunya program itu cukup melakukan pengawalan langsung ke rumah mahasiswa seraya datang ke perusahaan/instansi tempat magang mahasiswa.



## BAB VIII

### REFLEKSI DIRI

#### 8.1 Hal Positif dari Perkuliahan yang Bermanfaat terhadap Pekerjaan Selama

##### Magang

Selama melakukan kegiatan magang cukup PT. AKUALITA, saya merasakan ilmu nan saya terima selama perkuliahan sangat bermanfaat selanjutnyaberguna, seperti pembelajaran saya nan berkaitan seraya administrasi selanjutnya Oprasional. Berbekal seraya kemampuan bekerja sama bernas tim nan saya dapatkan ketika saatmelaksanakan kegiatan keorganisasian membuat saya menja cukup lebih mudah demi bekerja sama seraya orang lain. Selain itu, bekal ini membuat saya menja cukup lebih mudah demi berbaur seraya sesama karyawan selanjutnya petugas nan ada cukup PT. AKUALITA ini.

Pendidikan islami selanjutnya karakter nan saya dapatkan selama perkuliahan menja cukup alasan saya bersuabrkomunikasi seraya baik serta sopan santun berke nan karyawan an petugas lain bernas kongsi.

Selain 5 nilai FE “Choolifah” mampu memeberikan saya *insight* nan sangat berguna selama peroses magang. *Cooperation*, nan mampu memberikan saya kemampuan demi beradaptasi selanjutnya bekerja sama seraya orang lain. *Leadership*, nan menjadikan saya berani demi berada cukup depan selanjutnya mengambil selaras keputusan selamamagng. *Inovativ*, nan membuat saya mampu berfikir luas demi mendapatkan selaras cara nan baru demi menyelesaikan permasalahan nan dihadapi selama magang. *Fairness* nan membuat saya bersikap adil. Amanah yang

membuat saya selalu berpegang teguh selanjutnya bersungguh sungguh ketika memegang selaras kepercayaan.

### **8.1 Manfaat Magang berke nan Pengembangan Soft-Skill Mahasiswa**

Kegiatan magang cukup PT. Adhikriya Kualita Utama memberikan banyak pengembangan *soft skill* kecukup saya. nan mana, selamakegiatan magang saya bersuameningtkan kemampuan berfikir selanjutnya beradap tasi saya berke nan lingkungan nan sangat asing utuk mahasiswa. Saya juga belajar bagaimana menghadapi persoalan nan terja cukup bernas pekerjaan, yaitu seraya sabar selanjutnya cermat bernas melihat permasalahan sehingga solusi hendak bersuamuncul seraya seiring waktu.

Selain itu saya juga belajar bagaimana cara berkomunikasi seraya baik. Karna selama proses magang, saya bersosialisasi secara langsung seraya parakaryawan nan ada cukup kongsi selanjutnya para klien kongsi.

Seraya berbagai kesempatan nan sudah diberikan kecukup saya selama magang mampu membuat saya sadar alkisah masih banyak kemampuan nan perlu diasah demi menutupi kekurangan kekurangan nan masih saya miliki, seperti kurangnya ketelitian bernas melakukan tugas.

### **8.2 Manfaat Magang Berke nan Pengembangan Kemampuan Kognitif Mahasiswa**

Kegiatan magang mampu mengembangkan kemampuan kognitif saya. Seperti kemampuan mengingat standar operasional prosedur nan ada bernas kongsi selanjutnya mengaplikasikanya. Selain itu saya belajar demi memperhatikan selanjutnya fokus selama proses magang. Jika sebelumnya, ketika proses perkuliahna saya sering

tak fokus dengan apa yang sedang dibahas, dikarenakan akibat yang diterima hanya demi saya sendiri. Sedangkan bernas proses magang, saya berusaha demi fokus. lantaran ketika ada kesalahan atas saya, maka kongsi yang akan dirugikan.

Kegiatan magang juga mengajarkan saya demi bersuaberfikir seraya luas, saya diajarkan demi tak hanyamelihat suatu hal atas satu sudut pandang saja sehingga bersuamenghasilkan suatu gagasan yang kuat serta menyandang dampak yang bersuadirasakan secara meluas.

### **8.3 Kunci Sukses Bekerja Berdasarkan Pengalaman Magang**

Dalam proses magang, saya mendapat banyak sekali pengalaman selanjutnya manfaat yang bisa diambil atas kegiatan ini. Salah satu pembelajaran yang bisa saya dapatkan bernas kegiatan magang ialah kunci-kunci sukses bernas bekerja, demi mencapai kesuksesan bernas bekerja diperlukan tanggung jawab yang besar serta kecepatan bernas menyelesaikan pekerjaan, sehingga bernas proses bekerja bersuaterselesaikan seraya tepat. Hal hal tersebut adalah impresi yang bisa saya petik selama proses magang, baik bernas proses magang maupun ketika bersosialisasi seraya karyawan alias petugas yang lainnya.

### **8.4 Rencana Pengembangan Diri Karir selanjutnya Pendidikan Mahasiswa**

Kegiatan magang sudah membuat saya berfikir demi menyiapkan seraya matang seraya masa depan yang akan saya jalani. Saya berencana demi selalu mengembangkan diri atas kegiatan online yang bisa saya ikuti, seperti contoh



ialah saya mengikuti seminar pelatihan Microsofi, Digital Marketing, selanjutnya Seminar seminar nan bisa mengembangkan selanjutnya memotivasi diri saya.

Dan kedepannya saya ingin bekerja disuatu kongsi guna mengaplikasikan ilmu nan saya bersuadari bangku perkuliahan, mengembangkan diri saya selanjutnya mengumpulkan modal. Ketika sudah menyandangimodal nan cukup saya ingin membangun selaras bisnis yaitu menyandangitook bangu nan selanjutnya menyandangibudidaya ikan. Aminn



## DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati. (2017). *Analisis Pelatihan dan Pengembangan Divisi Marketing pada Koprasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Tekun Sahabat Mandiri Cabang Boyolali.*
- Abu Ali, S. (2019). *Sejarah Teori Manajemen Sumber Daya Manusia. 1*, 1-25.
- Aisyah, D. (2020). *Pengaruh Entrepreneurial Mindset terhadap Perilaku Inovatif Karyawan Level Managerial di PT Inalum*
- Ascharisa Mettasatya Afrilia. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi 1* (1). Hal 147–157.
- Astuti, Hardiyanti. 2021. *Pengaruh strategi pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. Sekripsi.* Perogram Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- Basu Swastha dan Irawan. 2008 *Menejemen Pemasaran Moderen*, Yogyakarta: Liberty Offset, hlm.5
- Ulum Faruk dan Muchtar Rinaldi, Pengaruh E-service Quality Terhadap E-customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay (Jurnal Tekno Kompak,2018)
- Nora Anisa, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan pada PT. Citra Mandiri Lestari Medan* (Sekripsi Politeknik Trijaya Krama, 2015).
- Rapitasari, D. (2016). Digital marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Cakrawala*, 10(2), 107–112. <http://www.cakrawalajournal.org/index.php/cakrawala/article/view/36>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>

Sukotjo, H. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Mitra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 216–228.

Sario, Hesty. Sumampouw, Harry J. Walanggitan, Olivia. 2018. *Pengaruh Startegi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Ikan Kaleng Isabella pada PT. Sinar Purefoods Internasional Bitung*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 6 (2): 77-85

Setiawan, Wilson. Sugiharto, Sugiono. 2014 *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avaza*. *Jurnal Strategi Pemasaran* 2 (1)

Ulum Faruk dan Muchtar Rinaldi, *Pengaruh E-service Quality Tehadap E-customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay* (*Jurnal Tekno Kompak*,2018)

Irwansyah Ahmad dan Mappadeceng, 2018. *Pengaruh E-service Quality Terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction pada toko online buka Lapak*. *Jurnal Manajemen dan Sains*. 3 (2)

