

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seorang produsen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan *customer* demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Di dalam memenuhi pelayanan kebutuhan konsumen pemilik usaha jasa wajib melakukan pelayanan yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat yang memberikan untuk kepuasan konsumen.

Di dalam era globalisasi sekarang persaingan didalam industri jasa percetakan semakin ketat. Sehingga terjadilah persaingan antar industri percetakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari bisnis adalah menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk jasa percetakan yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa

benar-benar puas, mereka akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono 2004:145).

Organisasi bisnis seperti PT. Petraya Mitra Jaya dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik, supaya pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Pengukuran kepuasan pelanggan wajib dilakukan pada proses inti dari perusahaan yang dapat diidentifikasi dari tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja pelayanan tersebut, sebagai perusahaan swasta maka proses pelayanan *customer service* merupakan proses inti, oleh karena itu pengukuran kepuasan pelanggan pada proses ini wajib dilakukan secara periodik. Konsumen merasa puas dan gembira kalau harapan mereka terpenuhi dengan baik.

Kualitas pelayanan *customer service* di PT. Petraya Mitra Jaya beberapa kali mendapat sorotan dari konsumen dikarenakan pelayanan yang dilakukan oleh *customer service* dianggap buruk misalnya : kurang ramah. contoh dari kurang ramah, yakni :

1. Pegawai *customer Service* kurang senyum ketika melayani pelanggan terhadap pelanggan.
2. Ketika melayani konsumen ekspresi wajah *customer service* datar, hal tersebut dinilai oleh konsumen sebagai sikap tidak menghargai.

Hal tersebut tidak sesuai dengan dimensi kualitas pelayanan salah satunya terkait empati, empati sendiri merupakan tindakan yang baik. Sikap empati sangat diperlukan supaya perusahaan bisa bertindak dalam melayani konsumen tanpa menyakiti perasaannya.

Jika ingin meningkatkan tingkat kepuasan konsumen maka perusahaan harus meningkatkan mutu kualitas jasa pelayanannya. Hal ini menjadi tantangan perusahaan untuk menunjukkan kepada konsumen bahwa mereka mampu memberikan pelayanan yang terbaik.

Dalam melakukan pelayanan perlu penekanan sikap yang simpatik, lembut, sopan, ramah, dan penuh kasih sayang. Kepuasan pelanggan sendiri adalah tingkat kesesuaian antara produk atau jasa pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima. Tingkat kesesuaian tersebut adalah hasil penilaian yang dilakukan oleh stakeholder berdasarkan pada pengetahuan dan pengalamannya. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya Kotler (1997).

Kualitas pelayanan itu sendiri terdiri dari lima unsur, yaitu: (1) bukti Fisik (*Tangibles*), dalam arti meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional yang wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat; (2) Keandalan (*Reliabilitas*), dalam arti mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu tertentu; (3) Daya tanggap (*Responsiveness*), dalam arti sikap tanggap pegawai dalam

memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat; (4) Jaminan (*Assurance*), dalam arti upaya perlindungan yang disajikan untuk masyarakat bagi warganya terhadap resiko yang apabila resiko itu terjadi akan dapat mengakibatkan gangguan dalam struktur kehidupan yang normal; (5) Empati (*Empathy*), dalam arti kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan.

Namun berdasarkan pengamatan penulis di saat waktu magang, ada beberapa permasalahan yang muncul terkait kualitas pelayanan diantaranya adalah:

1. Pelayanan yang dilakukan oleh pegawai *customer service* kurang senyum dan ekspresi wajahnya datar ketika menjelaskan produk jasa percetakan (hasil wawancara tanggal 10 April 2016).
2. Pelayanan terkesan kurang ramah dikare nakan dan terkesan terburu-buru ketika berbicara terhadap calon konsumen. (hasil wawancara tanggal 05 Mei 2016).

Oleh karena itu, sangat penting bagi PT. Pertraya MlRta jaya untuk mendapatkan umpan baik (*feedback*) tentang kualitas jasa yang di berikan dari sudut pandang penilaian masyarakat itu sendiri, telah banyak penelitian yang mencoba mengidentifikasi hubungan antara kualitas jasa dengan tingkat kepuasan pelanggan, bahkan sampai pada tingkatan loyalitas konsumen. Evaluasi kualitas jasa di PT. Pertaya Mitra Jaya diperlukan untuk mengetahui apa yang sebenarnya selama ini diharapkan dan

dipersepsikan oleh masyarakat dengan yang telah ditawarkan. Apa yang dianggap berkualitas oleh pihak Perusahaan belum tentu berkualitas dan memuaskan bagi konsumen maupun calon konsumen.

Berdasarkan paparan di atas, maka penulis mengangkat masalah tersebut untuk menyusun Tugas Akhir dengan judul “**KUALITAS PELAYANAN DI BAGIAN *CUSTOMER SERVICE* PT. PETRAYA MITRA JAYA**”

## **1.2 Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka ruang lingkup pembahasan serta perumusan masalah yang akan dibahas dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah : Bagaimana Deskripsi Dimensi Kualitas Pelayanan di Bagian *customer service* di perusahaan PT. Petraya Mitra Jaya ?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan Umum dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah untuk mendeskripsikan dimensi kualitas pelayanan di bagian *customer service* di PT. Petraya Mitra Jaya

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Dalam pembuatan penelitian ini terdapat beberapa manfaat yang terdapat didalamnya antara lain sebagai berikut :

#### **a. Bagi Penulis**

Penelitian ini sebagai sarana untuk memanfaatkan dan menyerap ilmu pengetahuan yang diperoleh dari Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang terhadap permasalahan di lapangan maupun di lingkungan kerja. Sebagai sarana pembelajaran untuk mengenal praktek kerja

Administrasi Perkantoran pada unit kerja di PT. Petraya Mitra Jaya.

**b. Bagi Prodi D III Administrasi Perkantoran**

Menumbuhkan kerjasama dan meningkatkan kualitas lulusan Program Diploma III Administrasi Perkantoran. Memanfaatkan umpan balik untuk menyempurnakan materi perkuliahan yang sesuai dengan kebutuhan di lingkungan instansi pemerintah, BUMN maupun swasta dan hasilnya digunakan sebagai kritik saran membangun sehingga PT. Petraya Mitra Jaya berjalan dengan baik dan benar.

**c. Bagi Bagian *Customer Service***

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi saran atau masukan yang berguna bagi instansi untuk memperbaiki kekurangan yang ada sebagai bahan pertimbangan dalam pengurusan.

Dapat menumbuhkan kerjasama yang baik PT. Petraya Mitra Jaya dengan Program Studi Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro..

## **1.4 Kerangka Teori**

### **1.4.1 Definisi Pelayanan**

Pelayanan merupakan suatu bentuk layanan yang diselenggarakan oleh penyedia layanan (produsen atau instansi pemerintah ) kepada pengguna layanan tersebut ( Algifari, 2015).

Pelayanan adalah suatu aktiitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya ineraksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan Gronross ( dalam Daryanto dan Setyabudi, 2014:135).

Dari definisi diatas dapt ita simpulkan bahwa pelayanan merupakan aktivitas kegiatan yang diselenggarakan oleh penyedia pelayanan yang sifatnya tidak terlihat oleh kasa mata tetapi kinerjanya dapt dirasakan oleh konsumen.

#### **1.4.2 Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang dapat diukur dengan cara membandingkan antara apa yang diharapkan oleh pengguna layanan dan apa yang digunakan oleh pengguna layanan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006).

Menurut Tjiptono (1996) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan pelayanan yang maksimal diharapkan akan tercipta kepuasan konsumen.

Dari definisi diatas bisa kita simpulkan bawa kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang dapat diukur dan dapat meningkatkan keunggulan pelayanan seperti, kecepatan, ketepatan, dan kenyamanan. untuk menjamin kualitas pelayanan terhdap pelanggan perusahaan



harus menunjukkan keunggulan pelayanan mereka kepada kepada konsumen agar konsumen dapat membandingkan kualitas pelayanan perusahaan yang mereka pakai.

### **1.4.3 Dimensi Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan berhubungan dengan pelayanan apa yang diharapkan oleh pengguna pelayanan dan kemampuan perusahaan (organisasi) penyedia pelayanan memenuhi harapan pengguna pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan dapat diukur dari sejauh mana perusahaan penyelenggara pelayanan mampu memenuhi harapan pengguna pelayanan (Algifari, 2015).

Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan sangat tergantung pada kemampuan penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan pengguna pelayanan secara konsisten. Sunarto (2003:244) Mengidentifikasi tujuh dimensi dasar dari kualitas yaitu :

1. Kinerja

Dimensi yang berhubungan dengan tingkat absolut kinerja barang atau jasa pada atribut kunci yang diidentifikasi para pelanggan.

2. Interaksi pegawai

Dimensi yang berhubungan dengan Keramahan, sikap hormat dan empati ditunjukkan oleh masyarakat yang memberikan layanan atau barang.

3. Keandalan

Dimensi yang berhubungan dengan konsisten barang dan jasa.

4. Daya tahan

Dimensi yang berhubungan dengan rentan kehidupan produk dan kekuatan umum.

5. Ketepatan Waktu dan Kenyamanan

Dimensi yang berhubungan dengan seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki, secepat produk informasi atau jasa yang diberikan.

6. Estetika

Dimensi yang berhubungan dengan penampilan fisik barang atau tool dan daya tarik penawaran jasa.

7. Keadaran akan Merek

Dimensi yang berhubungan dengan dampak positif atau negatif tambahan atas kualitas yang tampak, yang mengenal merek atau nama tool atas evaluasi pelanggan.

Sedangkan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006:182) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu :

1. *Tangible* (Bukti Fisik)

Dimensi yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dalam menunjang eksistensinya kepada pihak eksternal. Yaitu yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.

2. *Reliability* (Kehandalan)

Dimensi yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

3. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Dimensi yang berhubungan dengan suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. *Assurance* (Jaminan)

Dimensi yang berhubungan dengan pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

5. *Empathy* (Empati)

Dimensi yang berhubungan dengan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan konsumen.

## 1.5 Operasional Konsep

Suryanto dan Sutimah (2008:49), konsep adalah suatu hasil pemaknaan didalam intelektual manusia yang merujuk ke gejala nyata ke dalam empiris.

Sujarweni (2014:87), operasional merupakan konsep penelitian yang dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum melakukan analisis. Operasional konsep digunakan untuk menarik indikator atau gejala dalam penelitian yang digunakan untuk mengukur suatu penelitian.\

Konsep dalam penelitian tugas akhir ini adalah kualitas pelayanan di bagian pelayanan umum. Metode SERVQUAL (*Service Quality*) merupakan suatu metode yang diturunkan secara empiris yang dapat digunakan oleh organisasi pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Penelitian Tugas Akhir dilaksanakan di PT. Petraya Mitra Jaya. Penelitian dilaksanakan untuk mengamati fenomena yang terjadi dalam memenuhi harapan masyarakat akan pelayanan umum yang berkualitas, maka lima dimensi kualitas pelayanan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Tangible* (Bukti Fisik)

Indikator yang dapat dikemukakan pada dimensi ini adalah penampilan fisik saat melakukan pelayanan, ketersediaan sarana dan prasarana.

2. *Reliability* (Kehandalan)

Indikator yang dapat dikemukakan pada dimensi ini adalah kemampuan untuk melaksanakan layanan yang dijanjikan, ketepatan atau keakuratan pelayanan, dan kemampuan pegawai dalam memberikan solusi terhadap masalah pelayanan yang dihadapi.

### 3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Indikator dalam dimensi ini adalah ketanggapan pegawai terhadap berbagai masalah masyarakat dan kesiapan pegawai dalam menanggapi permasalahan yang dihadapi.

### 4. *Assurance* (Jaminan)

Indikator dalam dimensi ini adalah kecakapan pegawai yang memberikan jaminan bahwa mereka bisa memberikan layanan dengan baik.

### 5. *Empathy* (Empati)

Indikator dalam dimensi ini adalah komunikasi interpersonal dan memahami kebutuhan masyarakat

## **1.6 Metode Penelitian**

Menurut Kartono (1998:8) metode adalah cara-cara berpikir dan berbuat yang dipersiapkan dengan baik-baik untuk mengadakan penelitian dan untuk mencapai suatu tujuan penelitian atau ajaran mengenai metode-metode yang digunakan dalam proses penelitian.

### **1.6.1 Pendekatan**

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu sebuah bentuk penelitian yang menurut Bogdan dan Taylor dalam L.J.Moleong (2013:4) didefinisikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sejalan dengan definisi tersebut, Sugiono (2013:14) mendefinisikan pendekatan

penelitian kualitatif sebagai metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*); disebut juga sebagai metode etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya; disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif.

Penelitian dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan penulis pada informan yang telah ditentukan, kemudian penulis juga melakukan observasi atau pengamatan terhadap objek yang diteliti yaitu pengamatan terhadap pegawai, penulis mengamati perilaku pegawai dalam melayani masyarakat, dan mengamati kondisi perusahaan apakah sarana prasarana dan SDM yang ada telah mendukung pelaksanaan pelayanan kepada konsumen dengan baik. Kemudian dokumentasi yaitu penulis mencari dokumen-dokumen yang berkaitan dan dapat mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Hasil dari wawancara, observasi dan dokumentasi tersebut kemudian penulis sajikan dan kembangkan dalam bentuk tulisan dan dilakukan pembahasan dengan teori yang telah ditetapkan.

### **1.6.2 Fokus dan Lokus**

#### **1. Fokus**

Adalah apa yang menjadi pembahasan penting pada penelitian Tugas Akhir ini yaitu : Bagaimana Dimensi Kualitas Pelayanan di Bagian *Customer Service* di PT. Petraya Mitra Jaya ?

## 2. Lokus

Yaitu suatu tempat yang dipilih untuk melakukan penelitian. Lokasi penelitian Tugas Akhir ini bertempat di PT. Petraya Mitra Jaya Bagian *Customer Service*, Jl. Jeruk 4 No. 14, Lamper Lor, Semarang Selatan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50249.

### 1.6.3 Fenomena Penelitian

Sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian, maka fenomena yang diamati ini adalah :

Dimensi kualitas pelayanan saat memberikan pelayanan *customer service* kepada konsumen.

#### 1. *Tangibles* (bukti fisik)

Yaitu bukti fisik dan menjadi bukti awal yang bisa ditunjukkan oleh organisasi penyedia layanan yang ditunjukkan oleh penampilan gedung, fasilitas fisik pendukung, perlengkapan dan penampilan kerja.

#### 2. *Reliability* (keandalan)

Yaitu kemampuan penyedia layanan memberikan layanan yang dijanjikan dengan kecepatan dan kepuasan.

#### 3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Yaitu para pegawai memiliki kemampuan dan bersedia membantu masyarakat dan memberi layanan dengan tanggap dan siap.

#### 4. *Assurance* (jaminan)

Yaitu kecakapan para pegawai yang memberikan jaminan bahwa mereka bisa memberikan layanan dengan baik.

## 5. *Empathy* (empati)

Yaitu para pegawai mampu menjalin komunikasi interpersonal dan memahami kebutuhan masyarakat.

### **1.6.4 Lokasi Penelitian**

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di PT. Petraya Mitra Jaya. Lokasi ini dipilih sebagai bahan penelitian tugas akhir karena PT. Petraya Mitra Jaya khususnya dibagian *customer service* yang bertugas memberikan pelayanan terhadap konsumen. Dalam kegiatan penelitian lokasi wawancara dan observasi serta dokumentasi dilakukan penulis di ruang *Customer Service*, kemudian untuk wawancara kepada konsumen dilakukan penulis di tempat diluar ruang *customer service*. Masyarakat yang dijadikan informan dipilih penulis secara acak.

### **1.6.5 Jenis Sumber Data**

Sumber data yang digunakan untuk meneliti kualitas pelayanan bagian *customer service* PT. Petraya Mitra Jaya menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati, dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer diperoleh dengan cara mengadakan wawancara atau tanya jawab dengan konsumen, kasubbag, dan pegawai bagian *customer service* di PT. Petraya Mitra Jaya.



### 1.6.6 Pemilihan Informan

Pemilihan informan dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu dengan menunjuk langsung responden yang dikategorikan mampu memberikan informasi atau terlibat langsung, dengan focus permasalahan yang akan diteliti.

Dengan kata lain informan yang dipilih adalah informan kunci yang pengetahuan dan keterlibatan mereka dengan permasalahan penelitian tidak diragukan lagi. Pemilihan responden atau informan secara “*purposive*” oleh peneliti didasarkan atas pertimbangan :

1. Mereka adalah orang-orang yang melakukan tugas memberikan pelayanan.
2. Mereka mempunyai kemampuan intelektual untuk memberikan gambaran umum dan pengetahuan tentang masalah yang diteliti.
3. Mereka terlibat langsung dengan kegiatan bimbingan teknis tersebut.

Adapun langkah-langkah yang ditempuh dalam pemilihan informan kunci/utama adalah sebagai berikut :

Sebelum mengumpulkan data informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, langkah pertama yang penulis lakukan adalah memupuk hubungan baik dengan calon informan. Hal ini sejalan dengan apa yang dianjurkan oleh Spradlay (dalam Sanapiah 1990:54) bahwa yang terpenting adalah terjalin hubungan yang harmonis antara peneliti dengan informan. Dengan demikian, akan terjadi arus bebas dan keterus terang dalam

berkomunikasi informasi yang berlangsung tanpa kecurigaan berlangsung tanpa kecurigaan dan tanpa upaya saling menutup diri.

1. Langkah pertama, penulisan melakukan penelitian di PT. Petraya Mitra Jaya karena masalah yang diteliti berkaitan dengan tugas pokok dan fungsi Bagian Pelayanan *Customer Service* dalam rangka memberikan pelayanan kepada konsumen. Posisi penulis yang saat ini bertugas di PT. Petraya Mitra Jaya di Bagian *Customer Service*, memberi kesempatan dan keleluasaan untuk mengadakan kontak atau beramah tamah dengan calon informan.
2. Langkah kedua, penulis sebagai peneliti duduk dan mengamati serta membantu melakukan kualitas pelayanan dalam kesempatan ini peneliti mencari informan kunci yang yang menurut pengamatan penulis memiliki banyak pengetahuan tentang pelayanan yang baik.
3. Langkah ketiga, penulis menetapkan informan kunci dari pengamatan dan pendalaman mengenai kualitas pelayanan sendiri oleh penulis.
4. Langkah keempat, memberikan hubungan baik dengan informan kunci dalam rangka memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan.
5. Langkah kelima, mencatat data yang diperoleh, dan
6. Langkah keenam, menulis laporan penelitian ini.

#### **1.6.7 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data yaitu dengan mempergunakan interview guide. Interview guide adalah cara mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden. Wawancara

merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi. Dalam proses tersebut hasil wawancara ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi arus informasi. (Sugiyono ,2013).

Faktor-faktor tersebut adalah :

#### 1. Teknik Wawancara

Penulis melakukan wawancara menggunakan interview langsung kepada pegawai yang bersangkutan dalam bidang tersebut, dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara/ penulis dengan orang yang diwawancarai.

#### 2. Teknik Observasi

Penulis melakukan observasi dengan pengamatan kondisi interaksi yang ada pada tempat tersebut, seperti pengamatan ruang, kegiatan, objek, dan permasalahan yang dihadapi.

Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dengan dibantu karyawan dan staff yang ada di bidang kesekretariatan.

### **1.7 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif dan menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam. Keterbatasan pada penelitian ini meliputi subyektifitas yang ada pada peneliti. Penelitian ini sangat tergantung kepada interpretasi peneliti tentang makna yang tersirat dalam wawancara sehingga kecenderungan untuk bias masih tetap ada. Untuk mengurangi bias maka dilakukan proses triangulasi, yaitu triangulasi

sumber dan metode yang dilakukan dengan cara *cross check* data dengan fakta dari informan yang berbeda. Sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan cara menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data yaitu metode wawancara mendalam dan observasi.