



# Analisis Jaringan Bisnis Kepada Kepuasan Klien di PT Amerta Jasa Sejahtera

<sup>1</sup>Muhamad Ramdan, <sup>2</sup>Tryiis Arr

Alamat Surat

Email: [ramdanmita23@gmail.com](mailto:ramdanmita23@gmail.com)\*, [tryiisarr@digitechuniversity.ac.id](mailto:tryiisarr@digitechuniversity.ac.id)

Article History:

Diajukan: 5 Oktober 2024; Direvisi: 26 Oktober 2024; Accepted: 15 November 2024

## ABSTRAK

Tujuan dari studi ini adalah untuk menganalisis efektifitas jaringan bisnis terhadap kepuasan pelanggan PT. Amerta Jasa Sejahtera. Jaringan bisnis dalam konteks ini berarti hubungan antara perusahaan jasa dan pelanggan, pemasok dan mitra lainnya yang mempengaruhi pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, melakukan wawancara mendalam dengan berbagai pemangku kepentingan dan menganalisis dokumentasi internal perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur dan efektifitas jaringan bisnis berpengaruh langsung terhadap persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan. Implikasi praktis dari pengamatan tersebut adalah pentingnya meningkatkan koordinasi dan kerjasama antar unit dalam jaringan bisnis untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Studi ini membangun fondasi untuk strategi bisnis jasa untuk membangun dan mengelola jaringan bisnis yang efektif untuk menciptakan nilai bagi pelanggan.

**Kata kunci:** Analisis Jaringan Bisnis Kepada Kepuasan Klien di Perusahaan PT. Amerta Jasa Sejahtera

## ABSTRACT

*The aim of this study is to analyze the effectiveness of business networks on customer satisfaction at PT. Amerta Jasa Sejahtera. Business networks in this context mean relationships between service companies and customers, suppliers and other partners that influence the overall customer experience. This research uses a qualitative approach, conducting in-depth interviews with various stakeholders and analyzing the company's internal documentation. The research results show that the structure and effectiveness of business networks have a direct influence on client opinions regarding the quality of services provided. The practical implication of these observations is the importance of increasing coordination and cooperation between units in a business network to increase customer satisfaction. This study builds the foundation for a service business strategy to build and manage effective business networks to create value for customers.*

**Keywords:** Business Network Analysis of Client Satisfaction at PT Amerta Jasa Sejahtera

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Memiliki jaringan bisnis yang luas dapat berdampak besar pada operasional perusahaan. Jaringan semacam ini membuka peluang untuk berkolaborasi, memasarkan produk, dan mendapatkan dukungan teknis, serta menyediakan berbagai keuntungan. Jaringan bisnis mengacu pada proses membangun dan mengembangkan hubungan antara pengusaha, investor, calon klien, dan profesional berpengalaman. Jaringan ini tidak hanya mendukung perkembangan usaha yang Anda jalankan, tetapi

juga memfasilitasi pertukaran informasi dan komunikasi dengan berbagai pihak. Untuk membangun jaringan dan mengembangkan bisnis secara efektif, pendekatan yang sistematis diperlukan.

Untuk menemukan pelanggan potensial untuk bisnis Anda. Melalui networking, pelaku bisnis juga dapat mengidentifikasi peluang untuk berkolaborasi, berkolaborasi, mencari mitra bahkan ekspansi baru.

Hal itu selaras dengan pernyataan, Sutarno mengatakan inovasi adalah transformasi pengetahuan menjadi produk, proses, dan jasa baru, serta tindakan yang menggunakan sesuatu yang baru (dalam Putra, 2019:22). Suryani mengatakan bahwa inovasi dalam konsep yang luas sebenarnya tidak hanya terbatas pada produk. Ide, metode, atau barang yang dianggap baru dapat dianggap sebagai inovasi. Pengertian "inovasi" juga sering digunakan untuk merujuk pada perubahan yang dianggap baru oleh masyarakat yang mengalaminya. Kepuasan pelanggan adalah ukuran atau indikator seberapa puas pelanggan atau pengguna produk atau jasa perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan dan persepsi pengalaman. Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019).

Kepuasan pelanggan adalah ukuran atau indikator seberapa puas pelanggan atau pengguna produk atau jasa perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan dan persepsi pengalaman. Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019),

Jadi menjaga kepuasan klien sangat penting untuk perusahaan jasa guna mempertahankan kepercayaan klien dan menjaga citra baik perusahaan.

PT.Amerta Jasa Sejahtera sendiri merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang *housekeeping* dan *cleaning*, untuk saat ini PT.Amerta Jasa Sejahtera sudah bekerja sama dengan Cottonwood salah satu hotel di Bandung yang beralamatkan di Jl.Mustang B2 1a dan Jl.Dr.Otten bukan hanya hotel PT.Amerta Jasa Sejahtera juga berhasil meyakinkan Klien (Cottonwood) untuk bisa terus bekerja sama sehingga akhirnya di percaya memegang beberapa unit apartemen dan villa milik Cottonwood, Cottonwood memberikan kepercayaan kepada PT.Amerta Jasa Sejahtera untuk menyediakan tenaga kerja Freelance untuk villa dan apartemen.

### **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut berdasarkan latar belakang masalah di atas:

1. Bagaimana jaringan bisnis di PT. Amerta Jasa Sejahtera?
2. Bagaimana Kepuasan klien PT. Amerta Jasa Sejahtera?
3. Bagaimana jaringan bisnis kepada kepuasan klien PT. Amerta Jasa Sejahtera?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui:

1. Bagaimana jaringan bisnis PT. Amerta Jasa Sejahtera?
2. Bagaimana Kepuasan klien PT. Amerta Jasa Sejahtera?
3. Untuk mengetahui bagaimana jaringan bisnis kepada kepuasan klien PT. Amerta Jasa Sejahtera

### **Pengertian Jaringan Bisnis**

Kepuasan klien merupakan pointer untuk menilai tingkat kepuasan mereka terhadap produk atau layanan yang mereka gunakan. Perusahaan juga dapat memanfaatkan Customer Fulfillment Score (CSAT), yaitu alat untuk mengukur kepuasan pelanggan melalui pertanyaan sederhana mengenai tingkat kepuasan mereka terhadap produk atau layanan tertentu. Skor ini dihitung berdasarkan rata-rata jawaban pelanggan dan biasanya disajikan dalam bentuk persentase Menurut Zeithaml, Bitner, & Gremler (2018):

Menggunakan demonstrate SERVQUAL, indikator kepuasan klien meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Membangun jaringan bisnis yang baik sangat penting untuk suatu perusahaan agar dapat memperlebar pasar atau menambah relasi yang lebih besar menurut Philip Kotler (2020): Kotler (2020): mengembangkan jaringan bisnis sangat bergantung pada kemitraan strategis dengan perusahaan lain. Kolaborasi dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional.

## Kepuasan Klien

Kepuasan klien merupakan indikator untuk menilai tingkat kepuasan mereka terhadap produk atau layanan yang mereka gunakan. Perusahaan juga dapat memanfaatkan *Customer Satisfaction Score (CSAT)*, yaitu alat untuk mengukur kepuasan pelanggan melalui pertanyaan sederhana mengenai tingkat kepuasan mereka terhadap produk atau layanan tertentu. Skor ini dihitung berdasarkan rata-rata jawaban pelanggan dan biasanya disajikan dalam bentuk persentase

Menurut Zeithaml, Bitner, & Gremler (2018): Menggunakan model *SERVQUAL*, indikator kepuasan klien meliputi bukti fisik, empati, kepercayaan, dan responsif. Membangun jaringan bisnis sangat penting bagi suatu perusahaan agar dapat memperlebar pasar atau menambah relasi yang lebih besar menurut Philip Kotler (2020): **Kolaborasi dan Kemitraan Strategis**: Menurut Kotler, mengembangkan jaringan bisnis sangat bergantung pada kemitraan strategis dengan perusahaan lain. Kolaborasi dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional.

## 2. METODE

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif didefinisikan sebagai "penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel independen, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkannya dengan variabel lain" (Yusuf, 2014) dalam Imron, 2019. menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitiannya yang bersifat deskriptif dan seringkali melibatkan analisis. Jenis penelitian ini disebut juga penelitian dimensi, berkaitan erat dengan desain penelitian. Untuk memperoleh kesimpulan dan jawaban atau permasalahan yang diteliti tentu diperlukan informasi yang *substantial* dan akurat, dimana informasi yang diperoleh tersebut kemudian pengumpulan informasi (Nasution, 2022) adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan informasi *preliminary* dan sekunder. Dalam mempelajari materi dasar, informasi diperoleh dari wawancara, observasi dan dokumentasi dari sumber langsung. Sekaligus mengumpulkan informasi sekunder dengan menggunakan penelitian dokumenter dari sumber lain langsung dari sumbernya. Menurut Achsan (2016: 28) (Pahleviannur et al., 2022), Penulis sangat penting dalam keseluruhan proses penelitian., mulai dari pemilihan topik, identifikasi topik, pengumpulan informasi dan analisis penelitian, interpretasi dan penarikan kesimpulan hasil riset.

### Teknik Pengumpulan Data

Untuk penelitian ini, data dikumpulkan dengan cara berikut:

- a. Observasi  
Observasi adalah tindakan melihat dan mendengar suatu objek atau kejadian, dengan sumber data berupa perbedaan, Gerakan, atau proses tertentu. Semua informasi yang terperoleh dari pengamatan ini dicatat peneliti.
- b. Wawancara  
Wawancara adalah interaksi antara dua orang atau lebih yang dilakukan melalui pertanyaan dan jawaban dengan tujuan untuk bertukar ide atau informasi. Fokus utamanya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang topik tertentu. Wawancara sering digunakan sebagai cara untuk mengumpulkan data pada tahap awal penelitian, membantu peneliti menemukan masalah yang relevan. Wawancara juga bermanfaat untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang perspektif, pengalaman, atau pemahaman responden tentang topik atau masalah yang dibahas.
- c. Dokumentasi  
Menurut Sugiyono (metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D, 2018), dokumentasi adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi dari berbagai sumber, seperti buku, arsip, dokumen, catatan angka, dan gambar, serta laporan dan penjelasan yang

mendukung penelitian. Studi dokumen bersama dengan observasi atau wawancara dapat meningkatkan kredibilitas atau kepercayaan penelitian, terutama jika didukung oleh foto atau referensi dari karya akademik yang sudah ada

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Jaringan Bisnis PT. Amerta Jasa Sejahtera

Jaringan bisnis di PT. Amerta Jasa Sejahtera saat ini belum maksimal karena ada beberapa faktor yang menghambat pertumbuhan jaringan bisnis di perusahaan, untuk presentase keberhasilan dalam melakukan perkembangan jaringan bisnis masih di kisaran 50% hal itu belum bisa dikatakan baik karena dari itu, perusahaan harus mulai mencari inovasi baru dalam upaya memperluas jaringan bisnis nya, beberapa faktor yang menghambat perkembangan jaringan bisnis harus dievaluasi secara menyeluruh guna menghindari kesalahan yang sama dimasa mendatang.

#### Kepuasan Klien

Kepuasan klien pada PT. Amerta Jasa Sejahtera sudah cukup puas dengan respon yang cepat dan pelayanan yang diberikan kepada perusahaan membuat kepuasan klien merasa terpenuhi, walau ada beberapa kesalahan dilapangan tapi perusahaan dapat selalu mengatasinya dengan cepat yang membuat klien nyaman dan manaruh kepercayaan besar kepada perusahaan, respon yang cepat dan kinerja yang stabil menjadi kunci kepercayaan dan kepuasan klien.

#### Jaringan Bisnis Kepada Kepuasan Klien

Jaringan bisnis menjadi kunci untuk membuat klien puas dengan jaringan bisnis yang baik tentunya akan meningkatkan rasa kepercayaan klien pada perusahaan, semakin baik jaringan bisnis maka akan semakin memperbesar peluang perusahaan untuk bermitra dan bekerjasama, menjaga kepuasan klien pun akan semakin memudahkan perusahaan dalam memperlebar jaringan bisnis nya hal ini berkesinambungan dalam suatu proses perkembangan perusahaan.

### 4. SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian dan diskusi yang telah di jelaskan mengenai jaringan bisnis terhadap kepuasan klien perusahaan di PT. Amerta Jasa Sejahtera melalui observasi dan wawancara maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- Jaringan bisnis di PT. Amerta Jasa Sejahtera  
Jaringan bisnis di PT. Amerta Jasa Sejahtera sangat bervariasi mulai pendekatan intens kepada calon klien dan mengikuti beberapa seminar dan memasukkan proposal kepada calon klien hal itu cukup mampu untuk meningkatkan jaringan bisnis di perusahaan Amerta dan Amerts juga aktif di medsos hal ini cukup positif guna membangun branding perusahaan.
- Kepuasan klien PT. Amerta Jasa Sejahtera  
Kepuasan klien yang bekerja sama dengan Amerta cukup puas dengan team dari Amerta selain memberikan pelayanan yang prima Amerta dapat memberikan solusi untuk setiap keluhan yang di alami oleh klien
- Jaringan bisnis terhadap kepuasan klien di PT. Amerta Jasa Sejahtera  
Jaringan bisnis sangat berpengaruh terhadap kepuasan klien jaringan bisnis di Amerta yang efektif dapat berdampak signifikan terhadap kepuasan klien selain pelayanan yang di berikan faktor lain adalah dari lokasi kantor Amerta yang mudah di akses serta kemudahan layanan.

Untuk mengatasi jaringan bisnis dan kepuasan klien di PT. Amerta Jasa Sejahtera mempertimbangkan hal berikut:

- Jaringan bisnis PT. Amerta Jasa Sejahtera  
Untuk jaringan bisnis amerta bisa mencoba lebih berfokus di sosial media karena di zaman yang serba digital lebih memudahkan untuk menjangkau target pasar di sosial media dan membuat konten-konten menarik yang dapat memberending nama perusahaan
- Kepuasan klien PT. Amerta Jasa Sejahtera

Untuk kepuasan klien amerta sudah bagus dalam menjaga standart pelayanan tapi amerta juga bisa memberikan free cleaning rutin untuk klien seminggu sekali atau seminggu dua kali dengan demikian kepuasan klien dapat terus terjaga

- Jaringan bisnis terhadap kepuasan klien di PT.Amerta Jasa Sejahtera Jaringan bisnis di Amerta sudah efisien yang membuat klien cukup puas karena akses kantor yang mudah di jangkau dan pelayanan yang terjaga Amerta juga dapat mempertimbangkan untuk bisa mengekspansi ke beberpa perusahaan besar guan menambah kepercayaan calon klien baru dan dapat membuat citra perusahan menjadi sangat baik dengan portofolio yang mumpuni. Amerta juga dapat melakukan training dan pengembangan karyawan seperti pelatiham pelayanan pelanggan memberikan pelatihan berkala kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dan pemecahan maslah mereka. Amerta juga harus bisa mengembangkan pelayanan produk atau jasa Menyesuaikan layanan dan produk sesuai dengan preferensi dan kebutuhan individual klien untuk memberikan pengalaman yang lebih baik.

## **5. DAFTAR PUSTAKA**

Achsan (2016:28) (Pahleviannur et al., 2022),

Fatihudin dan Firmansyah 2019:206

Philip Kotler (2020): Kolaborasi dan Kemitraan Strategis

sugiyono, Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D, 2018

Sutarno (dalam Putra, 2019:22)

Yusuf, 2014) dalam (Imron, 2019)

Zeithaml, Bitner, & Gremler (2018):