

Optimalisasi Tata Letak : Strategi Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Layout Optimization : Strategies For Improving Customer Satisfaction

Khadyra Oktaviani Anwar¹, Shelsa Debora²

khadyra.oktaviani.abs422@polban.ac.id, shelsa.debora.abs422@polban.ac.id

Program Studi D4 Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bandung

Alamat: Jl. Gegerkalong Hilir, Ciwaruga, Kec. Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40559

Korespondensi Penulis : khadyra.oktaviani.abs422@polban.ac.id

Abstract

This research conducted aims to explore the important aspects of office layout in a motorcycle dealer company which includes the objectives: (1) Identifying effective office layout strategies in motorcycle dealer companies, (2) Analyzing the effect of office layout on customer satisfaction, (3) Finding ways to optimize customer satisfaction of motorcycle dealer companies through office layout. The type of research is descriptive with a qualitative approach based on the results of direct observation at the Honda Naga Mas Motor Bandung office Jl. Soekarno Hatta No. 529, as well as observing customer reviews on Google regarding the layout of the company. The results showed that Honda Naga Mas Motor Bandung implements an efficient office layout strategy, because the applied office layout can optimize customer satisfaction through positive reviews related to the existing office layout in the company with evidenced of customers who feel more comfortable and easy to get service at the office because of the good office layout. These findings can provide insight and awareness to other motorcycle dealer companies regarding the importance of the right office layout strategy for optimal customer satisfaction.

Keywords: *Office layout strategies, office layout optimization, customer satisfaction.*

Abstrak

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengeksplorasi aspek penting tata letak kantor pada perusahaan dealer motor yang mencakup tujuan: (1) Mengidentifikasi strategi tata letak kantor yang efektif pada perusahaan dealer motor, (2) Menganalisis pengaruh tata letak kantor terhadap kepuasan pelanggan, (3) Menemukan cara untuk mengoptimalkan kepuasan pelanggan perusahaan dealer motor melalui tata letak kantor. Jenis dari penelitian adalah deskriptif disertai pendekatan kualitatif berdasarkan hasil dari observasi langsung di kantor Honda Naga Mas Motor Bandung Jl. Soekarno Hatta No. 529, serta pengamatan ulasan pelanggan di Google mengenai tata letak pada perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Honda Naga Mas Motor Bandung menerapkan strategi tata letak kantor yang efisien, karena tata letak kantor yang diterapkan dapat mengoptimalkan kepuasan pelanggan melalui ulasan positif terkait tata letak kantor yang ada di perusahaan tersebut dengan bukti pelanggan yang merasa lebih nyaman dan mudah mendapatkan pelayanan di kantor karena tata letak kantor yang baik. Temuan ini dapat memberikan wawasan dan kesadaran kepada perusahaan dealer motor lainnya mengenai pentingnya strategi tata letak kantor yang tepat bagi kepuasan pelanggan yang optimal.

Kata kunci: Strategi tata letak kantor, optimalisasi tata letak kantor, kepuasan pelanggan.

PENDAHULUAN

Berbagai aspek layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tentu dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, salah satu hal yang penting adalah kesan pertama pelanggan ketika memasuki kantor. Sedarmayanti dalam (Meliyani & Komalasari, 2015) berpendapat bahwa kantor adalah lokasi di mana semua aktivitas terkait dengan pengiriman, pengumpulan, penyimpanan, pengolahan, dan distribusi informasi dilakukan. Kantor yang memberikan kesan

yang baik, dapat dilihat dari efisiensi operasional dalam memberikan pelayanan di sebuah kantor.

Dalam hal ini, perusahaan Honda Naga Mas Motor Bandung menjadi salah satu perusahaan dealer motor yang memiliki peringkat ulasan tertinggi di wilayah Kota Bandung menurut pencarian Google mengenai pelayanan dan tempat kantor yang nyaman. Artinya, strategi tata letak kantor dealer motor tersebut memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tata letak kantor yang dirancang dapat menciptakan lingkungan yang menyenangkan bagi pelanggan dengan cara memperhatikan berbagai faktor seperti keteraturan, kenyamanan, dan aksesibilitas pada penempatan layanan servis, area pameran motor, ruang tunggu dan fasilitas layanan sehingga dapat menciptakan kesan yang positif bagi pelanggan dan berpeluang untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Memperhatikan keunggulan perusahaan Honda Naga Mas Motor Bandung, penelitian memiliki tujuan untuk menganalisis strategi tata letak dari perusahaan ini yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggannya. Melihat pengaruh strategi tata letak yang telah di analisis, kami berharap Honda Naga Mas Motor Bandung dapat menjadi contoh bagi perusahaan dealer motor lainnya untuk merancang tata ruang kantor yang lebih baik agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Definisi Tata Ruang Kantor

Pada dasarnya, tata letak kantor dengan tata ruang kantor memiliki definisi yang sama yaitu kegiatan mengatur dan menata berbagai peralatan dan perlengkapan kantor sehingga ruangan kantor bisa mendukung aktivitas operasional kantor dengan lebih efisien. (Aula & Nugraha, 2020) berpendapat bahwa tata ruang merupakan tindakan menyusun perlengkapan yang biasa dipakai pegawai saat bekerja di kantor dengan benar dan sesuai.

Sedangkan menurut (Avanie, Retnowati, Widyaningrum, & Balafif, 2022), tata ruang kantor adalah perincian kebutuhan ruang secara terperinci, serta penyusunan praktis faktor-faktor fisik yang diperlukan untuk operasional kantor dengan efisiensi biaya yang tepat.

Dari dua pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tata ruang kantor merupakan penataan perlengkapan dan peralatan pada ruang kantor sesuai kebutuhan dengan susunan yang praktis untuk pelaksanaan kerja di kantor dengan biaya yang sesuai dengan kemampuan kantor.

2.2 Bentuk-Bentuk Tata Ruang Kantor

Jika membahas tata ruang kantor, kini tata ruang kantor lebih dari sekedar membahas susunan meja dan kursi. Bentuk-bentuk ruang kantor yang tidak hanya memainkan peran penting dalam produktivitas dan kelancaran operasional tapi juga mencerminkan budaya perusahaan. Ruang kantor memiliki berbagai bentuk yang disesuaikan dengan tugas setiap divisi dan kebutuhan kantor. (Gustiani, 2020) menyebutkan ada tiga bentuk ruang kantor:

1. Kantor Terbuka

Tata ruang kantor terbuka yaitu ketika antar divisi tidak diberi ruangan khusus atau sekat-sekat tertentu di dalam kantor. Bentuk kantor terbuka ini membuat manajer dapat secara mudah mengawasi karyawan yang sedang bekerja dan juga memudahkan pertukaran informasi antar karyawan dalam melaksanakan tugasnya.

2. Kantor Tertutup

Tata ruang kantor tertutup yaitu bentuk kantor yang setiap karyawannya memiliki ruangan tersendiri berbentuk kamar tertutup untuk bekerja, pengaturan tata ruang kantor tertutup dapat membuat karyawan lebih fokus terhadap pekerjaannya.

3. Kantor Landscape (gabungan)

Tata ruang kantor landscape yaitu bentuk tata ruang kantor yang terdapat sekat pembatas yang tidak terlalu tinggi sekitar 1 sampai 1,5 meter antar tiap karyawan, sehingga walaupun terdapat sekat, karyawan masih bisa berkomunikasi dengan mudah dan setiap karyawan dapat tetap fokus terhadap pekerjaannya.

2.3 Prinsip-Prinsip dalam Penyusunan Tata Ruang Kantor

Lingkungan bisnis yang dinamis membuat penyusunan tata ruang kantor menjadi faktor penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan efisien. Prinsip-prinsip yang terbukti efektif ini membuat perusahaan dapat mengoptimalkan penggunaan ruang, meningkatkan kolaborasi, dan mendukung kesejahteraan karyawan.

Menurut Asifa dan Afriansyah dalam (Yusuf, 2022) ada beberapa prinsip penyusunan tata ruang kantor, pertama adalah pekerjaan harus terus mengalir tanpa hambatan sepanjang mungkin, dengan bagian-bagian yang memiliki fungsi serupa ditempatkan berdekatan untuk mengurangi perjalanan dan waktu dalam mengelola pekerjaan, dengan pendekatan aliran kerja yang efisien untuk meminimalkan pergerakan karyawan dan pengiriman surat dalam jarak yang dekat.

Aspek lainnya, perlengkapan kantor perlu ditempatkan dekat dengan penggunanya, termasuk pemilihan meja dan kursi yang seragam ukurannya di dalam ruangan agar tidak ada pegawai yang terkena silau dari sumber cahaya, penempatan satuan atau divisi yang memiliki banyak interaksi dengan masyarakat harus diletakkan di bagian depan, sementara unit atau divisi yang cenderung ramai sebaiknya ditempatkan dekat jendela dan terisolasi dari unit lainnya. Terakhir, arsip kantor sebaiknya ditempatkan di dinding atau di dekat tangga agar mudah diakses oleh petugas.

Memperhatikan prinsip penyusunan tata ruang kantor, perusahaan dapat mengarah pada desain tata ruang kantor yang lebih adaptif dan fleksibel serta dapat meminimalisir resiko penggantian tata letak kantor yang terlalu sering diubah sehingga kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan lancar.

2.4 Manfaat Tata Ruang Kantor

Menata tata ruang kantor tentunya dilakukan untuk mendapatkan suatu manfaat tertentu yang dapat dirasakan baik oleh karyawan perusahaan maupun pelanggan, beberapa manfaat pengaturan tata ruang kantor dari perspektif perusahaan dan karyawan menurut (Gustiani, 2020) adalah terjalinnya kolaborasi dan komunikasi yang efektif di antara karyawan didukung oleh penataan kantor yang nyaman, memicu semangat dan kegembiraan dalam menjalankan tugas-tugasnya. Karyawan menjadi lebih terfokus karena terhindar dari gangguan suara yang mengganggu, memudahkan manajer dalam pengawasan, dan memanfaatkan ruang kerja secara efisien untuk memenuhi kebutuhan pekerjaan sehingga dapat meningkatkan produktivitas karyawan, dan yang paling terlihat setelah melakukan penataan tata letak yaitu kantor terlihat lebih rapi dan indah.

Jika melakukan tata ruang kantor hanya untuk mendapatkan manfaat bagi perusahaan dan karyawan saja, tentunya kurang lengkap tanpa melibatkan manfaat yang dapat dirasakan oleh pelanggan. Manfaat tata ruang kantor yang berkaitan antara perusahaan dengan pelanggan diantaranya:

1. Pelanggan mendapatkan kenyamanan saat menerima pelayanan di kantor.
2. Perusahaan mendapatkan kesan profesional dari tata ruang kantor yang rapi dan terorganisir.
3. Memudahkan akses pelayanan bagi pelanggan.
4. Pemenuhan kebutuhan pelanggan dapat terlaksana dengan lebih efektif dan efisien.

2.5 Faktor yang Dapat Mempengaruhi Kondisi Kantor

Menentukan tata ruang kantor perlu untuk memperhatikan banyak aspek salah satunya merupakan faktor yang mempengaruhi kondisi suatu kantor. Di dalam bukunya, (Chaniago, 2016) menyebutkan lingkungan fisik suatu kantor dapat dipengaruhi dengan beberapa faktor seperti, cahaya, warna, udara, dan suara. Faktor-faktor ini dapat menjadi penentu sebuah kantor tersebut ergonomis atau tidak.

1. Cahaya

Salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan yang mempengaruhi lingkungan kantor adalah “Cahaya”. Pencahayaan yang cukup dapat meningkatkan ketelitian dan ketepatan saat bekerja dan keakuratan hasil serta meningkatkan keselamatan pekerja (mengurangi risiko kerusakan peralatan dan kecelakaan karyawan (misalnya terkena sengatan listrik, luka akibat sayatan dan gunting). Cahaya dibagi kedalam 2 jenis, yaitu:

- **Cahaya alami (natural lighting)**

Cahaya alami adalah cahaya matahari. Cahaya alami ini selain harganya yang sangat murah, juga dapat memberikan dampak positif bagi kesehatan manusia dan ruangan kantor. Namun kekurangan dari cahaya alami ini adalah sinar matahari yang sangat sulit menembus seluruh ruangan, terutama pada perkantoran bertingkat yang lokasinya padat.

- **Cahaya buatan (artificial lighting)**

Cahaya buatan merupakan cahaya yang bersumber dari alat penerang buatan seperti listrik, lilin, dan lampu lainnya. Cahaya buatan ini diperlukan karena biasanya cahaya alami sulit menjangkau bagian-bagian tertentu pada suatu kantor dikarenakan posisinya yang bertingkat atau lokasi yang terlalu padat. Cahaya buatan dapat dibagi tiga, yaitu:

- a. Cahaya langsung, ini mencakup sinar yang berasal secara langsung dari sumbernya dan menuju berbagai objek seperti: meja, komputer, kertas, dan lainnya.
- b. Cahaya setengah tak langsung, cahaya ini sebagian bersinar tidak langsung ke benda (seperti meja kerja, dll), tersebar melalui lampu penutup, langit-langit, dinding, dan sebagainya.
- c. Cahaya Tak langsung, adalah pencahayaan yang didesain sedemikian rupa sehingga cahaya pertama memancar dari sumbernya ke langit-langit, dinding, atau tudung lampu sebelum kemudian tersebar ke meja kerja atau lantai tempat orang bekerja.

Pencahayaan ruangan kantor yang baik, memiliki ciri-ciri yaitu, memiliki sinar yang cukup terang namun tidak memancarkan silau, cahaya tidak menimbulkan kontras yang tajam, cahaya dapat memancar dengan merata dan tidak menimbulkan bayangan, serta tidak menghasilkan gelombang cahaya yang mengganggu aktivitas kantor.

2. Warna

Dalam konteks bangunan kantor, pemilihan warna yang tepat dapat mendukung berbagai hal:

a. Untuk Karyawan

- Menciptakan suasana yang menyenangkan dan menarik.
- Memiliki dampak tak langsung pada efisiensi dan produktivitas karyawan.
- Mengurangi kebutuhan akan pencahayaan berlebih.
- Memberikan dorongan semangat dan ketenangan dalam bekerja.

b. Untuk Tamu yang Berkunjung

- Membangun kepercayaan terhadap kantor tersebut.
- Mempengaruhi suasana hati secara tidak langsung.
- Meningkatkan efisiensi dan produktivitas.

3. Udara

Udara merupakan salah satu elemen yang berdampak pada keadaan fisik (stamina) pekerja. Pasokan udara segar (kaya oksigen) yang terus menerus di kantor mengurangi kelelahan karyawan dan membuat mereka tetap segar. Udara juga menjadi salah satu faktor yang dapat menjamin kenyamanan kantor (ergonomi). Mills, Stanford, dan Appery mengatakan bahwa "udara merupakan kondisi yang diperlukan untuk konsentrasi." Ketika udara terlalu panas, terlalu dingin atau pengap, sirkulasi darah terhambat sehingga akhirnya mempengaruhi konsentrasi dan fungsi otak manusia. Kekurangan udara bahkan diduga memicu stres pada manusia. Suhu kerja yang sesuai adalah antara 20°C dan 25°C (Chaniago, 2016).

4. Suara

Kebisingan yang keras akan menghambat pelaksanaan kerja, terutama yang membutuhkan konsentrasi tinggi seperti merancang konsep, perencanaan, perhitungan, dll. Jika keadaan bising ini terus berlanjut akan menimbulkan kesalahan pada hasil kerja karyawan terkait.

5. Budaya

Budaya merupakan kebiasaan-kebiasaan yang sudah menjadi perilaku, tindakan dalam pekerjaan, komunikasi dan hubungan dengan orang lain dan pihak luar. Dalam

lingkungan kerja perlu diciptakan budaya yang sehat, murni, ramah dan demokratis. Penciptaan budaya ini sangat ditentukan oleh jenis kepemimpinan dan orang-orang dalam organisasi yang terlibat.

2.6 Faktor yang Memerlukan Penataan Layout Kantor Kembali

Bayangkan sebuah kantor yang sudah berdiri lama, tempat dimana karyawan bekerja dan pelanggan memperoleh pelayanan. Namun, seiring waktu kebutuhan dan preferensi pelanggan dapat berubah. Inilah saat yang tepat untuk meninjau kembali penataan ulang tata letak kantor.

Buku Manajemen Kontemporer (Chaniago, 2016) menyebutkan faktor yang memerlukan pengaturan ulang tata letak kantor antara lain adalah penambahan atau pengurangan pegawai di kantor tersebut, penambahan atau penggantian perabot, mesin, dan peralatan kantor, perubahan proses kerja, serta penambahan, pengurangan, atau perubahan fungsi unit terkait, baik dari segi kuantitas maupun kualitas dan terakhir adalah ketika layout terlalu lama tidak mengalami perubahan.

Melalui pemahaman akan faktor-faktor yang mendorong perlunya penataan ulang tata letak kantor, perusahaan dapat menyadari pentingnya lingkungan kantor yang beradaptasi terhadap perubahan dan investasi untuk menciptakan lingkungan kerja yang fleksibel dan kreatif. Berpegang pada faktor-faktor tersebut, perusahaan dapat membayangkan perubahan yang lebih efektif dan mengarah kepada kelancaran operasional jangka panjang.

2.7 Strategi Tata Letak Kantor

Tata letak kantor tidak hanya memperhatikan soal estetika belaka, tetapi juga tentang bagaimana kantor dapat menjadi lingkungan yang memfasilitasi serta menginspirasi karyawan dan pelanggan. Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan strategi tata letak kantor yang efektif, Sebagaimana yang diungkapkan oleh (Rusdiana & Kasmin, 2021) strategi tata letak harus dapat meningkatkan utilisasi ruang, peningkatan aliran informasi, barang, atau orang, peningkatan moral karyawan, kondisi lingkungan kerja yang lebih aman, interaksi yang lebih baik dengan pelanggan, dan fleksibilitas tata letak. Strategi tata letak ini dapat mengarah pada lingkungan kerja yang lebih dinamis dan memiliki kemampuan bersaing dengan kompetitor lainnya.

2.8 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah aspek yang berhubungan dengan penciptaan nilai bagi pelanggan. Memastikan kepuasan pelanggan berarti memberikan keuntungan bagi perusahaan, seperti menyelaraskan hubungan dengan pelanggan, membangun fondasi yang kuat untuk kepuasan pelanggan, serta menghasilkan rekomendasi positif dari mulut ke mulut. Hal ini dapat menarik pelanggan untuk membeli atau menggunakan jasa perusahaan.

Kepuasan merupakan suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang terjadi ketika kinerja (hasil) produk yang bersangkutan dibandingkan dengan kinerja (hasil) yang diharapkan. Ketika hasil tidak sesuai harapan, pelanggan merasa tidak puas. Jika hasilnya sesuai harapan, pelanggan puas. Jika hasilnya melebihi ekspektasi maka pelanggan sangat puas atau senang (Sasongko, 2021). Menurut (Sasongko, 2021) kepuasan adalah perbedaan antara harapan (Yusuf, 2022) dan unjuk kerja. Kepuasan pelanggan bergantung pada usaha untuk menghilangkan atau mengurangi kesenjangan antara harapan dan kinerja. Pendapat lainnya mengenai definisi dari kepuasan yaitu perasaan yang timbul dari membandingkan apa yang dirasakan dengan harapan, berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan. Menurut para ahli, kepuasan dapat disimpulkan sebagai perasaan senang yang muncul ketika kebutuhan atau keinginan seseorang terpenuhi.

Kepuasan pelanggan adalah hasil dari evaluasi atau penilaian terhadap fitur produk atau jasa yang mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka, di mana kinerja produk atau jasa tersebut sesuai atau bahkan melampaui harapan mereka. Menurut (Sasongko, 2021), menyatakan bahwa dalam mengukur kepuasan pelanggan terdapat empat metode, yaitu: (1) Sistem keluhan dan saran, (2) Survei kepuasan pelanggan, (3) Ghost shopping, dan (4) Lost customer analysis.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode observasi non-partisipatoris. (Qotrun, 2022) menjelaskan pengertian metode penelitian observasi non-partisipatoris adalah pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dengan memosisikan diri sebagai orang yang tidak berhubungan langsung dengan objek yang diteliti. Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi dengan cara mengamati secara langsung bagaimana strategi tata letak yang ada pada kantor Honda Naga Mas Motor Bandung pada tanggal 29 April 2024.

Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik observasi naturalistik, (Alexander, 2023) berpendapat bahwa observasi naturalistik adalah metode observasi yang melibatkan pencatatan atau pendokumentasian semua informasi yang relevan sesuai keinginan

pengamat. Dalam metode observasi ini, partisipan yang diamati tidak sadar bahwa perilakunya sedang diamati atau perilakunya dicatat untuk memperoleh informasi yang dapat digunakan dalam penelitian.

Terdapat dua alat pengumpulan data yang digunakan, diantaranya adalah pengamatan secara langsung untuk mengumpulkan data strategi tata letak kantor yang meliputi bentuk tata letak kantor serta prinsip tata letak kantor serta faktor kondisi kantor dan data kepuasan pelanggan terhadap strategi tata letak kantor Honda Naga Mas Motor Bandung yang didapatkan melalui hasil analisis ulasan di Google.

DISKUSI

Peneliti melakukan observasi langsung dengan mendatangi lokasi kantor Naga Mas Motor Bandung pada tanggal 29 April 2024. Jika diamati dari halaman depan kantor, terlihat motor-motor yang dipajang di dalam kantor melalui tembok kaca yang membentang luas. Terdapat adalah pintu masuk utama yang berada di tengah dan akses masuk motor yang akan di servis menuju bengkel. Saat peneliti masuk melalui pintu utama, pandangan pertama yang dituju adalah motor yang dipajang di tengah ruangan menggunakan panggung kecil berbentuk lingkaran.

Terdapat meja untuk resepsionis di dekat pintu masuk sehingga pelanggan tidak akan kebingungan ketika memasuki kantor, ada etalase kaca yang berisi aksesoris kecil untuk berkendara, terdapat dua meja berbentuk lingkaran dengan dua kursi disetiap mejanya untuk melayani pelanggan yang ingin bertanya-tanya terkait kebutuhan motor, beberapa motor dengan tipe yang berbeda-beda dipajang mulai dari motor yang baru rilis hingga motor yang paling banyak diminati, lalu ada bagian khusus aksesoris motor yang lebih lengkap di bagian tembok sebelah kanan.

Pada bagian kiri kantor terdapat meja lingkaran dan dua kursi, tangga yang berbentuk spiral, beberapa pajangan motor dengan tipe yang lebih eksklusif seperti motor *sport*, panggung kecil yang di atasnya terdapat pajangan motor, meja kecil, dan satu kursi besar, dan juga terdapat meja berbentuk persegi panjang untuk supervisor. Hal tersebut merupakan strategi dari Honda Naga Mas Motor Bandung dalam pemanfaatan ruang kantor. Penempatan pajangan motor, meja dan kursi untuk pelayanan pelanggan, serta etalase aksesoris motor membuat ruangan kantor dimanfaatkan dengan baik pada setiap sudutnya dan tidak terdapat lahan kosong.

Ketika pelanggan ingin motornya di servis, langkah awal yang dilakukan adalah memasukkan motor melalui akses masuk motor sebelah kanan dari pintu masuk menuju ke

tempat bengkel, lalu pelanggan masuk ke pintu yang menghubungkan antara tempat bengkel dan kantor pelayanan pelanggan. Saat masuk, pelanggan diarahkan untuk kebagian pendaftaran servis yang jaraknya cukup dekat sekitar 2 meter. Setelah melakukan pendaftaran dan permohonan servis diterima, pelanggan menaruh helm mereka di tempat penyimpanan helm pada bagian kiri kantor, jarak dari tempat pendaftaran servis sekitar 14 meter.

Biasanya, pelanggan menunggu proses servis di ruang tunggu pada bagian tengah yang terdapat beberapa sekat meja dan kursi di depan kaca yang membentang lebar dari kanan ke kiri untuk melihat proses servis motor. Di dekat ruang tunggu, perusahaan ini juga menyediakan *charging booth*, camilan, dispenser air minum, serta teh dan kopi gratis dengan sistem *self-service*. Perusahaan ini juga menyediakan toilet di bagian ujung kiri kantor dekat dengan rak penyimpanan helm serta menyediakan mushola.

Setelah servis selesai dilakukan, karyawan pada bagian pendaftaran akan memanggil pelanggan untuk mendapatkan kertas pembayaran service. Pelanggan selanjutnya melakukan pembayaran ke kasir, jarak antara tempat pendaftaran ke kasir jaraknya sekitar 15 meter. Alur pelanggan yang memiliki kebutuhan untuk servis motor berada pada satu alur yang sama (Yusuf, 2022), hal ini membuktikan bahwa perusahaan memperhatikan prinsip penyusunan tata letak kantor. Dalam garis tersebut, unit-unit yang berhubungan harus ditempatkan secara berdekatan untuk mengurangi waktu berpergian. Strategi tata letak ini membuat aliran informasi menjadi lebih efisien karena setiap unit yang berhubungan pada satu jalur.

Peneliti melihat kasir dan kantor administrasi terletak bersebelahan menggunakan bentuk kantor tertutup karena antara bagian kasir dan kantor administrasi memiliki ruangan tersendiri berbentuk kamar tertutup (Gustiani, 2020) untuk melakukan pekerjaannya yang bisa saja dimaksudkan untuk melindungi data dan aktivitas kerja masing-masing unit.

Penempatan kasir dan bagian pendaftaran yang tentunya banyak berhubungan dengan masyarakat sudah tepat ditempatkan dibagian depan. Namun, penempatan bagian kasir, bagian administrasi dan bagian pendaftaran cukup dekat dengan ruangan servis yang bersifat gaduh (Yusuf, 2022). Menurut teori, hal ini bisa saja mempengaruhi ketidakpuasan pelanggan, karena ketika pelanggan bertransaksi suara seorang pegawai bisa saja tidak terdengar dengan jelas karena kegaduhan di ruangan servis.

Peneliti mencoba untuk berinteraksi dengan pegawai yang berada di bagian kasir dan bagian administrasi saat para montir sedang melakukan servis, ternyata peneliti tidak merasa ruangan tempat pelayanan pelanggan terlalu gaduh, hal ini bisa terjadi karena ruangan servis menggunakan peredam suara pada dinding dan antara tempat pelayanan pelanggan dengan

ruangan servis pintunya selalu ditutup dengan rapat, sehingga meminimalisir suara gaduh pada ruang servis masuk ke ruang pelayanan pelanggan.

Penelitian mengkaji seluruh ulasan terhadap Honda Naga Mas Motor yang tersedia di Google, dengan total responden sebanyak 3.658 orang. Ulasan yang paling dominan dalam penelitian ini adalah mengenai kualitas pelayanan, yang muncul sebanyak 70 kali. Jumlah ini mengindikasikan bahwa banyak pelanggan sangat memperhatikan dan memberikan penilaian terhadap cara staf Honda Naga Mas Motor melayani mereka. Kualitas pelayanan menjadi sorotan utama karena merupakan salah satu aspek paling krusial dalam pengalaman pelanggan. Komentar-komentar dalam ulasan ini bisa mencakup berbagai hal, mulai dari keramahan dan profesionalisme staf, kecepatan dalam menangani masalah, hingga perhatian terhadap kebutuhan dan kenyamanan pelanggan. Honda Naga Mas Motor tidak hanya berfokus pada penjualan kendaraan, tetapi juga memperhatikan kenyamanan pelanggan melalui penyediaan berbagai fasilitas tambahan.

Berdasarkan 56 ulasan yang diterima, banyak pelanggan yang menyoroti pentingnya fasilitas berupa penyediaan camilan dan minuman. Mereka menyebutkan bahwa penyediaan makanan ringan dan minuman, seperti dispenser air, menjadi faktor yang cukup signifikan dalam meningkatkan pengalaman berkunjung mereka. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terkesan sepele, perhatian terhadap detail-detail kecil seperti ini dapat membuat pelanggan merasa lebih dihargai dan merasa nyaman, yang pada akhirnya bisa berkontribusi positif terhadap citra dan reputasi dealer tersebut. Dealer yang mampu menghadirkan suasana yang ramah dan nyaman melalui pelayanan tambahan ini tentu akan lebih diingat dan dipilih oleh pelanggan dibandingkan dengan yang hanya berfokus pada aspek transaksi semata.

Terakhir, ruang tunggu di PT. Honda Naga Mas Motor mendapatkan perhatian khusus dalam 40 ulasan yang diterima. Para pelanggan mengapresiasi ruang tunggu yang luas dan nyaman, dilengkapi dengan banyak sofa yang memungkinkan mereka untuk duduk santai atau beristirahat dengan nyaman. Selain itu, kehadiran *charging booth* untuk pengisian daya ponsel menjadi nilai tambah yang signifikan bagi para konsumen. Fasilitas ini tidak hanya memenuhi kebutuhan praktis pelanggan, tetapi juga menunjukkan perhatian dealer terhadap detail-detail kecil yang dapat meningkatkan kenyamanan selama menunggu. Pengalaman menunggu yang nyaman ini mengindikasikan bahwa PT. Honda Naga Mas Motor memahami betapa pentingnya kenyamanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hal ini membuktikan bahwa teori manfaat tata letak kantor yang diungkapkan (Gustiani, 2020) sejalan dengan kondisi lapangan terutama yang telah terjadi pada PT. Honda Naga Mas Motor. Faktor kenyamanan dengan tata letak kantor yang dirancang perusahaan ini

terbukti menjadi salah satu aspek penting yang berkontribusi pada tingginya tingkat kepuasan pelanggan di PT. Honda Naga Mas Motor.

KESIMPULAN

PT. Honda Naga Mas Motor Bandung berhasil menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan melalui berbagai aspek layanan dan fasilitas. Observasi langsung menunjukkan tata letak yang efisien dan strategis, dengan penempatan pajangan motor, meja pelayanan, serta etalase aksesoris yang memanfaatkan setiap sudut ruang kantor secara optimal. Pelanggan merasa nyaman dengan fasilitas tambahan seperti camilan, minuman, *charging booth*, serta ruang tunggu yang luas dan nyaman. Analisis terhadap 3.658 ulasan Google mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor dominan yang mendapat apresiasi, mencakup keramahan dan profesionalisme staf, serta kecepatan dan efisiensi dalam menangani kebutuhan pelanggan. Selain itu, perhatian terhadap detail-detail kecil, seperti penyediaan camilan dan tempat menunggu yang nyaman, turut meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, PT. Honda Naga Mas Motor berhasil mempertahankan reputasi positif melalui layanan pelanggan yang menyeluruh dan berfokus pada kenyamanan, menjadikannya pilihan yang diingat dan dihargai oleh banyak pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, C. (2023, Agustus 24). *30874/3/190610226_Bab%202*. From e-journal.uajy.ac.id: https://e-journal.uajy.ac.id/30874/3/190610226_Bab%202.pdf
- Aula, F. H., & Nugraha, J. (2020). *Pengaruh tata ruang kantor dan sarana prasarana terhadap kinerja pegawai*, 4.
- Avanie, T. A., Retnowati, N., Widyaningrum, M. E., & Balafif, M. (2022). *Analisis Pengaruh Standar Operasional Prosedur, Finger Print dan Tata Letak terhadap Efektivitas Kerja dan Kinerja Pegawai di Universitas Darul Ulum Jombang (Masa Pandemi Covid-19)*, 2.
- Chaniago, H. (2016). In H. Chaniago, *Manajemen Kantor Kontemporer* (p. 130). Bandung: CV AKBAR LIMAS PERKASA.
- Gustiani, R. (2020). *PENGARUH PENGATURAN TATA RUANG KANTOR TERHADAP KINERJA KARYAWAN*, 3.
- Meliyani, & Komalasari, E. (2015). *ANALISIS TATA RUANG KANTOR BANK PERKREDITANRAKYAT MITRA RIAU PEKANBARU*, 2.
- Qotrun. (2022, Juli 9). *literasi/objek-penelitian*. From gramedia.com: <https://www.gramedia.com/literasi/objek-penelitian/>

Rusdiana, & Kasmin. (2021). *HO-MANAJ%20KANTOR%20SegenTA2021*. From etheses.uinsgd.ac.id: <https://etheses.uinsgd.ac.id/38184/1/HO-MANAJ%20KANTOR%20SegenTA2021.pdf>

Sasongko, S. R. (2021). *FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN DAN OYALITAS PELANGGAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*, 3.

Yusuf, M. (2022). *IMPLEMENTASI TATA RUANG KANTOR DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS KERJA PADA LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM*, 3.