

PROPOSAL PENELITIAN

Pengaruh *Online Training* terhadap Kualitas Pelayanan pada Perusahaan Jasa Kesehatan di Masa Pandemi Covid 19

Oleh :

Kalfajrin Kurniaji

0120210033



SENIMAN 2022

SEMINAR INTERNAL PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KAMIS-JUMAT, 12-13 MEI 2022



PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS NUSA PUTRA

UNIVERSITAS NUSA PUTRA

SUKABUMI 2022

Pengaruh *Online Training* terhadap Kualitas Pelayanan pada Perusahaan Jasa Kesehatan di Masa Pandemi Covid 19

1. Latar Belakang

Pandemi *Coronavirus Disease* (COVID-19) di Indonesia mendorong tatanan masyarakat untuk melakukan perubahan agar bisa hidup berdampingan dalam kondisi kebiasaan baru. Masyarakat dipaksa untuk membiasakan diri dan mulai berbenah agar aktivitas tetap terlaksana meskipun dalam serba keterbatasan. Umat manusia berupaya untuk melawan dengan senantiasa menjaga kondisi kesehatan serta imun tubuh agar terhindar dari ancaman virus. Sektor kesehatan merupakan salah satu sektor esensial yang harus tetap bergulir di era pandemi karena sangat penting terutama dalam menyelamatkan manusia dari kepunahan. Adapun jumlah korban terpapar hingga bulan April 2022, Indonesia memiliki lebih dari 6 (enam) juta kasus positif covid 19 dengan total korban meninggal melebihi 150 ribu jiwa. Hal ini menjadi bagi semua warga negara untuk saling menjaga agar selamat dari masa pandemic saat ini. pengingat

Gelombang sebaran Covid 19 di Indonesia telah meningkat di beberapa waktu tertentu tergantung dari tingkat mobilsasi serta interaksi masyarakat. Gelombang pertama Covid 19 di Indonesia terjadi antara bulan November 2020 s/d Januari 2021 selama 13(tiga belas) minggu dengan kasus mingguan meningkat hampir 4 (empat) kali lipat sebanyak 89.052 kasus (19 s/d 25 Januari 2021) akibat dari mobilitas masyarakat di saat masa liburan Natal dan Tahun baru. Adapun Gelombang kedua Covid 19 di Indonesia terjadi mulai dari bulan Mei tahun 2021 selama 9 (sembilan) minggu dengan kasus mingguan naik lebih dari 7 (tujuh) kali lipat menjadi 253.600 kasus selama minggu terakhir akibat dari mobilitas liburan lebaran serta munculnya varian delta. Pada awal tahun 2022, Indonesia terancam oleh Gelombang ketiga yang ditandai dengan muncul varian omicron dengan puncak paparan kasus mingguan total melebihi 400 ribu kasus di seluruh Indonesia.

Pemerintah melalui Kementerian Kesehatan memiliki wewenang dalam mengatur serta membuat regulasi dan persyaratan dalam melakukan aktivitas sesuai dengan kondisi serta sebaran paparan virus. Adapun data persebaran paparan virus ambil dari aplikasi PeduliLindungi yang merupakan portal pemerintah yang mengatur kelayakan kondisi kesehatan individu berdasarkan riwayat vaksinasi serta test Covid 19. PeduliLindungi mengumpulkan keseluruhan data masyarakat Indonesia yang yang berasal dari data lapangan di setiap Fasilitas Kesehatan yang menyediakan layanan vaksin serta test Covid 19 di seluruh Indonesia. Pada umumnya masyarakat perkotaan sudah terbiasa dalam menggunakan aplikasi

PeduliLindungi sebagai acuan dalam beraktivitas serta berpindah tempat tanpa harus menyebarkan atau terpapar virus Covid 19.

Pemerintah juga memiliki tanggung jawab besar dalam mengawal proses pemulihan keseluruhan sektor terdampak pandemi. Dengan demikian, pemerintah berupaya keras untuk melakukan kolaborasi dengan berbagai stakeholder termasuk pihak swasta. Adapun pihak swasta yang memiliki peran penting dalam melakukan skrining sebaran Covid 19 salah satunya adalah Fasilitas Kesehatan berupa klinik atau laboratorium test Covid 19 yang tersebar di seluruh Indonesia. Kontribusi klinik atau laboratorium tersebut salah satunya adalah menjadi fasilitator bagi warga negara Indonesia yang ingin melakukan test Covid 19 untuk berbagai kebutuhan seperti syarat perjalanan, gejala serta gangguan kesehatan atau untuk kepastian keamanan dalam berinteraksi dengan orang lain.

Pada masa gelombang ketiga Covid 19, banyak bermunculan klinik atau laboratorium swasta yang menyediakan layanan test Covid 19 akibat dari permintaan (*demand*) pasar atas kebutuhan layanan tersebut. Banyaknya jumlah klinik atau laboratorium swasta dalam merespon kondisi tersebut kurang diimbangi dengan kesiapan dalam menghadapi serbuan konsumen. Akibat dari ketidaksiapan tersebut, maka bermunculanlah berbagai masalah yang diangkat oleh banyak media Nasional sehingga menurunkan kepercayaan konsumen sehingga mengakibatkan turunnya *Brand Image*, dari klinik atau laboratorium yang memiliki total 58 cabang di 16 kota tersebar di Indonesia. Masalah-masalah yang muncul diantaranya dugaan pemalsuan, konektivitas dengan PeduliLindungi serta *human error* tenaga Kesehatan (Nakes) sebagai asumsi bahwa Kualitas Pelayanan dari klinik atau laboratorium tersebut yang tidak optimal akibat dari permintaan (*demand*) pasar yang meningkat.

Adapun definisi dari kualitas pelayanan adalah tindakan dan kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepada konsumen, sesama karyawan, maupun pimpinan perusahaan. Berdasarkan definisi tersebut, klinik atau laboratorium berupaya dalam mengevaluasi permasalahan yang muncul dengan upaya yang bertujuan dalam meningkatkan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan terbaik dan bermutu kepada konsumen dengan memperhatikan beberapa dimensi Kualitas Pelayanan yang harus ditingkatkan.

Menurut Lovelock dan Wright [1] kualitas pelayanan terbagi ke dalam lima dimensi sebagai berikut:

- a. Keandalan (*reliability*) adalah perusahaan yang dapat diandalkan dalam memberikan layanan seperti yang telah dijanjikan dari waktu ke waktu.

Klinik atau laboratorium memiliki jasa test Covid 19 dengan standarisasi waktu yang ketat, contohnya adalah hasil test SWAB Antigen dengan standar yang kurang dari 30 menit serta hasil test SWAB PCR dengan standar kurang dari 24 jam dari pengambilan sampel specimen oleh swabber (Tenaga Kesehatan). Hasil test tersebut *paperless* dan akan dikirim berupa link PDF via aplikasi Whatapps ke nomor yang telah didaftarkan oleh konsumen melalui website atau aplikasi. Link PDF tersebut dapat diunduh via smartphone supaya dapat diperlihatkan secara langsung untuk diperuntukan sesuai dengan kebutuhan konsumen, atau dapat diprint di komputer baik dari klinik/laboratorium atau secara mandiri sebagai bukti fisik apabila dibutuhkan. Hasil test tersebut secara sistem dikoneksikan langsung ke PeduliLindungi sebagai acuan sebaran virus secara berkala.

- b. Berwujud (*tangibles*) adalah terkait apa saja yang dilakukan oleh penyedia layanan atau perusahaan yang dapat berupa fasilitas fisik, situs website, peralatan pekerja, dan penyampaian komunikasi.

Klinik/Laboratorium penyedia layanan test Covid 19 yang diteliti memiliki total 58 cabang di 16 kota tersebar di Indonesia dengan fasilitas fisik yang baik, situs website serta aplikasi smartphone yang informatif dengan desain khas sesuai dengan branding yang dibangun secara berkelanjutan. Klinik/Laboratorium juga membuka 2 (dua) jenis pelayanan yaitu *walk in* dan *drive thru*, berdasarkan fasilitas dan lokasi pengambilan sampel specimen.

- c. Ketanggapan (*responsiveness*) adalah kemampuan yang dimiliki oleh karyawan dalam suatu perusahaan untuk memberikan bantuan dan layanan yang cepat kepada konsumen.

Ketanggapan penyedia layanan test covid 19 diwakili oleh kemampuan karyawan bagian operasional dalam menerapkan SOP (*Standar Operational Procedures*) pada tupoksi (tugas pokok dan fungsi) masing-masing.

- d. Jaminan dan Kepastian (*assurance*) adalah karyawan yang memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam memberikan pelayanan, sopan, kompeten, dan dapat dipercaya oleh konsumen.

Jaminan dan Kepastian diwakili oleh sikap karyawan dalam menyajikan jasa atau pelayanan test Covid 19 berdasarkan kemampuan komunikasi yang baik dengan diimbangi oleh pengetahuan produk yang memadai dan diantarkan dengan standar *grooming* yang dapat membuat konsumen yakin akan pelayanan yang ditawarkan. Masalah-masalah yang muncul dan mengakibatkan keluhan konsumen

(complain) harus diredam di ranah operasional baik itu oleh *Costumer Service* atau *Supervisor* bahkan oleh *Guest Relation Officer*.

- e. Empati (*empathy*) adalah kemampuan karyawan suatu perusahaan dalam memberikan layanan yang penuh perhatian kepada konsumen.

Empati karyawan merupakan hal yang sangat diperhatikan mengingat kondisi krisis serta pandemi yang sedang terjadi. Sektor Kesehatan sangat memerlukan rasa empati karena berkaitan erat dengan Kesehatan atau keselamatan konsumen.

Optimalisasi dari tiap dimensi kualitas pelayanan tidak luput dari perhatian perusahaan melalui program-program yang dilakukan secara kontinyu. Pendekatan yang dilakukan diantaranya adalah dengan mengadakan pelatihan secara berkala untuk setiap level jabatan. Pelatihan dilakukan untuk membantu pegawai memperoleh efektivitas dalam pekerjaan untuk proses pendidikan jangka pendek memanfaatkan prosedur yang sistematis dan terorganisir, dimana personil non manajerial mempelajari kemampuan dan pengetahuan teknis untuk tujuan tertentu (Sedarmayanti, 2015).

Adapun metode harus berdasarkan kepada kebutuhan pekerjaan tergantung pada berbagai faktor, yaitu waktu, biaya, jumlah peserta, tingkat pendidikan dasar peserta, latar belakang peserta, dan lain-lain. Menurut Andre [2], metode-metode pelatihan diantaranya : 1) *On the job training*, 2) *Vestibule*, 3) *Demonstration and Example*, 4) *Simulation*, 5) *Apprenticeship* dan 6) *Classroom Methods*. Sehubungan dengan kondisi pandemi maka perusahaan berupaya mencari metode yang lebih efektif dan efisien yaitu dengan mengadakan *Online Training* dengan *Classroom Methods* sebagai panduan dasar karyawan untuk kemudian dikembangkan melalui metode *On the job training*, *Demonstration and Example*, dan *Simulation* yang dipandu dan dibimbing oleh Supervisor serta Manager cabang. Online Training berjalan sesuai jadwal yang ditentukan oleh kantor pusat dengan rangkaian evaluasi berkala dalam menilai efektivitas pelaksanaan online training tersebut.

Pada tataran operasional, Supervisor serta Manager cabang yang bertanggungjawab memantau aplikasi dari teori yang telah disampaikan. Pelaksanaan pelayanan diasumsikan menjadi rapi dan sesuai SOP, namun dampak positif tersebut ternyata dinilai masih belum signifikan dengan tujuan awalnya, karena masalah-masalah yang sebelumnya muncul ternyata masih terulang karena faktor *human error* yang kadang-kadang terjadi. Fenomena tersebut menjadi perhatian penulis yang bertujuan untuk menilai hubungan dari efektivitas pelaksanaan Online Training terhadap Kualitas Pelayanan di klinik/laboratorium test Covid 19 yang dimaksud. Dengan demikian penulis mengambil inisiatif untuk melakukan penelitian

dengan judul “**Pengaruh *Online Training* terhadap Kualitas Pelayanan pada Perusahaan Jasa Kesehatan di Masa Pandemi Covid 19**”.

2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui efektivitas dari *Online Training* yang dilaksanakan oleh salah satu perusahaan jasa kesehatan di bidang test covid 19;
- b. Untuk mengetahui tingkat Kualitas Pelayanan dari salah satu perusahaan jasa kesehatan di bidang test covid 19;
- c. Untuk mengetahui pengaruh dari efektivitas Online Training terhadap tingkat Kualitas Pelayanan di salah satu perusahaan jasa kesehatan di bidang test covid 19.

3. Tinjauan Pustaka

3.1 Manajemen Operasional pada Perusahaan Jasa Kesehatan

Manajemen operasional memainkan peran penting dalam perusahaan pelayanan kesehatan. Tanggung jawab manajemen operasional sangat besar dimana Manajer bertanggungjawab dalam mengawasi kegiatan operasional fasilitas pelayanan kesehatan, Hal ini mencakup efisien dan kemampuan faskes dalam memberikan pelayanan yang memadai dan dapat diandalkan. Pada tataran implementasi, manajemen operasional merupakan proses pengambilan keputusan tentang penggunaan sumber daya dalam memberikan pelayanan kesehatan yang terbaik dan sesuai dengan tujuan & sasaran Faskes [3].

Pemberian pelayanan kesehatan di Faskes diharapkan memenuhi kriteria tepat waktu, tepat mutu (kualitas), dengan alokasi biaya yang efisien dan efektif. Beberapa aspek yang saling berhubungan dalam ruang lingkup manajemen operasional, antara lain :

1. Aspek Struktur; merupakan aspek yang terkait dengan pengaturan komponen dalam sistem manajemen operasional yang saling berinteraksi antara satu sama lainnya.
2. Aspek Fungsi; merupakan aspek yang berhubungan dengan manajerial dan pengorganisasian atas seluruh komponen struktur dan interaksinya mulai dari perencanaan, implementasi, pengendalian maupun perbaikan agar diperoleh kinerja optimal.

3. Aspek Lingkungan; aspek ini merupakan bagian dari sistem dalam manajemen operasional yang memperhatikan pentingnya perkembangan dan kecenderungan yang berhubungan erat dengan lingkungan.

Sedangkan ruang lingkup manajemen operasional di Faskes, sangat berhubungan dengan proses pelayanan kesehatan, antara lain: 1) perencanaan jumlah kapasitas layanan yang optimal, 2) perencanaan gedung, layout, desain tata letak fasilitas, 3) desain alur proses layanan, 4) manajemen persediaan, 5) membuat skedul kerja, 6) pengendalian dan pengawasan kualitas layanan, 7) pemeliharaan fasilitas layanan.

3.2 Kualitas Pelayanan

3.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan menurut Kasmir pada Tri [4] adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Pelayanan dan pemberian dukungan kepada pelanggan menurut Armistead dan Clark pada Tri [4] adalah kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugasnya yaitu memberikan layanan dan dukungan dengan penuh komitmen serta kemampuan memecahkan masalah pada saat pemberian layanan itu berlangsung.

Menurut Kotler(2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan

Kualitas layanan dapat dijelaskan sebagai konsepsi multidimensional yang dibangun melalui evaluasi terhadap konstruksi dari sejumlah atribut yang terkait dengan jasa [4]. Kualitas layanan bisa diartikan sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari pelanggan. Menurut Lovelock dan Wright [1] mengatakan bahwa persepsi tentang kualitas didasarkan dalam waktu yang jangka panjang, evaluasi kognitif, dan proses pemberian layanan. Manfaat dari kualitas layanan terakumulasi dari waktu ke waktu atau dapat dikatakan dalam jangka panjang sehingga perusahaan jasa harus mengidentifikasi upaya pemberian kualitas pelayanan yang tepat dan melaksanakannya secara efektif. Lovelock dan Wright [1] mengidentifikasi perspektif mengenai kualitas dalam lima arti yang berbeda sesuai dengan konteksnya, salah satu diantaranya adalah definisi dalam

kacamata konsumen, yang berarti kualitas diawali dengan sebuah jaminan bahwa kualitas terletak dimata orang yang melihatnya. Perspektif ini cenderung bersifat subjektif, karena berorientasi pada permintaan dan mengakui bahwa pelanggan yang berbeda memiliki keinginan serta kebutuhan yang berbeda.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan dan kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepada konsumen, sesama karyawan, maupun pimpinan perusahaan.

3.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Lovelock dan Wright [1] membagi kualitas pelayanan ke dalam lima dimensi sebagai berikut:

- a. Keandalan (*reliability*) adalah perusahaan yang dapat diandalkan dalam memberikan layanan seperti yang telah dijanjikan dari waktu ke waktu.
- b. Berwujud (*tangibles*) adalah terkait apa saja yang dilakukan oleh penyedia layanan atau perusahaan yang dapat berupa fasilitas fisik, situs website, peralatan pekerja, dan penyampaian komunikasi.
- c. Ketanggapan (*responsiveness*) adalah kemampuan yang dimiliki oleh karyawan dalam suatu perusahaan untuk memberikan bantuan dan layanan yang cepat kepada konsumen.
- d. Jaminan dan Kepastian (*assurance*) adalah karyawan yang memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam memberikan pelayanan, sopan, kompeten, dan dapat dipercaya oleh konsumen.
- e. Empati (*empathy*) adalah kemampuan karyawan suatu perusahaan dalam memberikan layanan yang penuh perhatian kepada konsumen.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa dimensi-dimensi kualitas pelayanan meliputi ketanggapan, pengetahuan kepastian dan jaminan, kesopanan serta sikap empati dalam melakukan pelayanan.

3.2.3 Faktor-faktor yang Memengaruhi Kualitas Pelayanan

Faktor-faktor yang memengaruhi kualitas layanan agar dapat menyediakan layanan yang melebihi standar menurut Tri [4] adalah:

- a. Memberi informasi dan pelatihan

Karyawan toko atau penyedia jasa harus memahami barang dagangan yang ditawarkan, maupun kebutuhan pelanggan sehingga dengan informasi ini karyawan dapat menjawab pertanyaan dan menyarankan produk ke pelanggan.

b. Menyediakan dukungan emosional

Layanan penyedia jasa harus mempunyai pendukung untuk menyampaikan layanan yang diinginkan oleh pelanggan.

c. Meningkatkan komunikasi internal dan menyediakan pendukung

Ketika melayani pelanggan, karyawan sering harus mengatur konflik antara kebutuhan pelanggan dan kebutuhan perusahaan. Ketika karyawan yang bertanggung jawab diberi untuk menyediakan layanan diberi hak untuk membuat keputusan penting, biasanya kualitas layanannya justru meningkat.

d. Menyediakan stimulus

Beberapa ritel menggunakan perangsang, seperti membayar komisi pengawas, memberikan komisi untuk target penjualan untuk memotivasi karyawan, dan perangsang ini dapat memotivasi tingginya kualitas layanan.

Lovelock dan Wright [1] juga mengungkapkan faktor-faktor yang dapat memengaruhi karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan diantaranya adalah:

a. Faktor internal : karena setiap orang berbeda-beda kepribadiannya, kemampuannya, dan perilakunya.

b. Faktor situasional : seperti perilaku yang dimunculkan oleh setiap pelanggan, kompleksitas tugas, serta kondisi fisik dan mental karyawan. Berdasarkan beberapa pengertian diatas disimpulkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan meliputi pelatihan dan pemberian informasi kepada karyawan, motivasi kerja karyawan, kemampuan komunikasi, pemberian dukungan kepada pelanggan, kepribadian seseorang, dan pengaruh faktor situasional. B. Motivasi

3.3 Training

3.3.1 Pentingnya Training pada Perusahaan

Training pada suatu perusahaan dilaksanakan apabila karyawan ditempatkan untuk suatu jabatan tertentu atau terdapat karyawan lama ditempatkan pada jabatan baru, maka agar karyawan tersebut dapat menyelesaikan tugas-tugasnya, diberikan latihan atau pendidikan tambahan terlebih dahulu. Pelatihan dilakukan untuk membantu karyawan memperoleh efektivitas dalam pekerjaan untuk proses

pendidikan jangka pendek memanfaatkan prosedur yang sistematis dan terorganisir, dimana personil non manajerial mempelajari kemampuan dan pengetahuan teknis untuk tujuan tertentu (Sedarmayanti, 2015).

3.3.2 Tujuan Training (Pelatihan)

Tujuan umum program pelatihan dan pengembangan harus diarahkan untuk meningkatkan produktivitas organisasi. Manullang dalam Tri [4] telah memberikan suatu daftar tentang peranan yang nyata dari latihan/training, yaitu sebagai berikut :

- a. Menaikkan rasa puas pegawai
- b. Pengurangan pemborosan
- c. Mengurangi ketidakhadiran dan turn over pegawai
- d. Memperbaiki metode dan sistem kerja .
- e. Menaikkan tingkat penghasilan
- f. Mengurangi biaya-biaya lembur
- g. Mengurangi biaya pemeliharaan mesinmesin
- h. Mengurangi keluhan-keluhan pegawai
- i. Mengurangi kecelakaan-kecelakaan
- j. Memperbaiki komunikasi
- k. Meningkatkan pengetahuan serbaguna pegawai
- l. Memerbaiki moral pegawai
- m. Menimbulkan kerjasama yang lebih baik.



Gambar 1. Tujuan umum dan khusus pelatihan dan pengembangan [4]

Terdapat empat hal yang berhubungan dengan penilaian pengadaan evaluasi terhadap suatu program latihan menurut Manullang dalam tri [4], yaitu :

1. Reaksi Bertujuan untuk mengetahui bagaimana reaksi dari peserta latihan terhadap program latihan yang telah diikutinya.
2. Pelajaran Bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta latihan setelah mempelajari fakta-fakta, prinsip-prinsip dan pendekatan-pendekatan yang tercakup dalam suatu latihan.
3. Tingkah laku Bertujuan untuk mengetahui perubahan tingkah laku dari peserta latihan, setelah mereka selesai mengikuti latihan.
4. Hasil Bertujuan untuk mengetahui hasil akhir yang diperoleh, apakah dapat mengurangi biaya produksi atau apakah dapat mengurangi turn over atau apakah dapat memperbaiki sistem produksi atau lain sebagainya.

3.3.3 Metode Training

Metode latihan harus berdasarkan kepada kebutuhan pekerjaan tergantung pada berbagai faktor, yaitu waktu, biaya, jumlah peserta, tingkat pendidikan dasar peserta, latar belakang peserta, dan lain-lain. Berikut adalah metode-metode latihan seperti:

1. *On the job*

Latihan langsung menempatkan bekerja ditempat untuk belajar dan meniru suatu pekerjaan dibawah bimbingan seorang pengawas. Metode latihan ini dibedakan dalam 2 cara yaitu secara formal dan informal.

2. *Vestibule*

Metode latihan yang dilakukan dalam kelas yang diselenggarakan dalam suatu perusahaan industri untuk memperkenalkan pekerjaan kepada karyawan baru dan melatih mereka dalam mengerjakan pekerjaan tersebut.

3. *Demonstration and Example*

Metode latihan yang dilakukan dengan cara peragaan dan penjelasan bagaimana cara-cara mengerjakan sesuatu pekerjaan melalui contoh-contoh atau percobaan yang didemonstrasikan.

4. *Simulation*

Simulasi yaitu situasi atau kejadian yang ditampilkan semirip mungkin dengan situasi yang sebenarnya tapi hanya merupakan tiruan saja. Simulasi merupakan suatu teknik untuk mencontoh semirip mungkin terhadap konsep sebenarnya dari pekerjaan yang akan ditemuinya.

5. *Apprenticeship*

Suatu cara untuk mengembangkan keahlian pertukangan sehingga para karyawan dapat mempelajari segala aspek dari pekerjaannya, suatu cara untuk mengembangkan keterampilan sehingga para karyawan dapat mempelajari segala aspek dari pekerjaannya.

6. *Classroom Methods*

Metode pertemuan dalam kelas meliputi lecture (pengajaran), conference (rapat), programmed instruction, metode studi kasus, role playing, metode diskusi dan metode seminar.

3.3.4 *Online Training*

Strategi online training yang efektif menjadi pemikiran serius dalam menghadapi masa pandemi Covid 19, dengan tujuan agar pelatihan tetap dapat dijalankan dan tujuan organisasi atau perusahaan dengan pelatihan kepada karyawannya dapat tercapai, dengan segala keterbatasan yang ditimbulkan.

Di masa pandemi segala aktivitas hampir sepenuhnya dilakukan secara daring (*online*), begitu pula dalam training karyawan, guna meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) dan memaksimalkan potensi yang ada salah satu solusinya adalah penyelenggaraan pelatihan, yang seharusnya dilaksanakan dengan tatap muka, kini harus dilakukan secara daring untuk menghindari adanya aktivitas yang melibatkan banyak orang.

Pelatihan *online* adalah salah satu sistim pembelajaran interaktif yang menggunakan media internet sebagai sarana komunikasinya. Penyelenggara pelatihan online dapat memberikan materi bisa berupa file, video, suara gambar maupun teks maupun bentuk dokumen lain, menyampaikan informasi kepada peserta pelatihan serta memberikan penugasan yang harus dikerjakan oleh peserta pelatihan.

Dengan konsep tersebut kedua pihak yakni penyelenggara dan peserta memperoleh kemudahan/ Antar peserta dapat berbagi dan berkolaborasi dalam penyelesaian tugas maupun belajar bersama, serta dapat mengakses informasi terkait materi pembelajaran dari penyelenggara. Semua hal tersebut dapat dilakukan tanpa harus memperhatikan ketersediaan tempat pelaksanaan pelatihan dan waktu yang tersedia, karena waktu untuk pelatihan online selalu dibuat fleksibel.

Terdapat beberapa hal sebagai persyaratan kegiatan pembelajaran atau pelatihan online, yakni :

1. Kegiatan pelatihan dilakukan melalui penggunaan internet;
2. Tersedianya dukungan layanan belajar yang bisa dimanfaatkan oleh peserta pelatihan;
3. Tersedianya layanan konsultasi yang dapat membantu kesulitan belajar peserta;
4. Adanya lembaga penyelenggara pelatihan online;
5. Rancangan sistim pelatihan yang terstruktur yang dapat diakses oleh semua peserta pelatihan;
6. Adanya sistim evaluasi terhadap proses dan kemajuan peserta pelatihan;
7. Adanya proses umpan balik dari penyelenggara pelatihan online.

4. Metodologi Penelitian

4.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif juga merupakan metode yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor, peringkat, atau frekuensi), yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu memengaruhi variabel lain.

4.2 Jenis dan sumber data

Jenis data yang digunakan penelitian ini adalah data primer. Data diambil melalui kuesioner kepada karyawan yang mengikuti online training.

4.3 Populasi dan sampel

Populasi merupakan sekumpulan elemen yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan (Imam Ghazali, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. X yang mengikuti online training. Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian. Metode pengembalian sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu purposive sampling.

4.4 . Teknik Pengumpulan Data

Peneliti akan mengerjakan pengumpulan data dari para responden dengan memakai instrumen berwujud angket tertutup menggunakan skala liker antara 1 s/d 5. Di dalam angket ini sudah disusun berbagai pertanyaan terkait variabel yang diteliti, yakni *Online Training* serta Kualitas Pelayanan.

4.5 Pengukuran Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi berupa cara mengukur variabel supaya dapat dioperasikan (Jogiyanto, 2007). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Terikat (Variabel dependen)

Variabel terikat adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (variabel independen). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan.

2. Variabel bebas (variabel independen)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi (secara positif atau negatif) variabel terkait (Jogiyanto, 2007). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Online Training*.

4.6 Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik deskriptif merupakan teknik analisis yang digunakan untuk memberikan gambaran informasi dari suatu data sehingga dapat dengan mudah untuk dipahami. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), maksimum, minimum, dan mode (Imam Ghazali, 2018)

2. Uji Asumsi Klasik . Untuk melibatkan model regresi dalam penelitian ini layak atau tidak digunakan sehingga diperlukan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan antara lain: uji normalitas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, dan uji heterokedastisitas.

5. Daftar Pustaka

[1] Christopher, Lovelock and K. Wright Lauren, 2005. Pemasaran Jasa (terjemahan), Gramedia: Jakarta.

[2] Andrew E. Sikula. 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia, Erlangga. Bandung.

[3] Troy Segal , 2018, Operation management in healthcare.

[4] Tri Indrianti, 2020. Pengaruh Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang dengan keputusan pelanggan sebagai variable mediasi, Universitas Sanata Dharma ; Yogyakarta.