

Strategi Perancangan Manajemen Pelayanan di Kantor Notaris dan PPAT Anita Mahdalena, S.H

Febryna Adinda Syafutri^{1*}, Renza Fahlevi²

^{1,2} Universitas Internasional Batam, Kota Batam

Korespondensi penulis: 2141096.febryna@uib.edu

Abstract. Facing the increasing demand for notary and PPAT services, an effective management strategy needs to be designed to handle the surge in demand without compromising service quality. The digital era encourages the integration of technology and automation as a solution to enhance efficiency. This research aims to design a service strategy, focusing on improving service quality, effective communication, and refining the notarization process. Services are structured to meet the varied needs of customers, involving aspects of convenience, speed, personal interaction, skills, and friendliness. The Notary Office & PPAT Anita Mahdalena, SH, as a provider of legal services, becomes the object of the study. This program seeks to increase the visibility of the office through the development of an official website, leveraging social media, and strengthening the office's identity. The research methodology involves primary data from interviews and direct observations, as well as secondary data from external sources. The research findings indicate that the implementation of the service strategy with the creation of an official website has increased transparency, trust, and information access. The distribution of souvenirs and ID cards helps strengthen positive bonds with customers and enhances security and employee identity. This program has successfully achieved the goal of improving a positive image and establishing long-term relationships with clients.

Keywords: Notary services, PPAT, management strategy.

Abstrak: Dalam menghadapi peningkatan permintaan layanan notaris dan PPAT, perlu dirancang strategi manajemen yang efektif untuk mengelola lonjakan permintaan tanpa mengorbankan kualitas layanan. Era digital mendorong integrasi teknologi dan otomatisasi sebagai solusi untuk meningkatkan efisiensi. Penelitian ini bertujuan merancang strategi pelayanan, fokus pada peningkatan kualitas layanan, komunikasi efektif, dan penyempurnaan proses notarisasi. Pelayanan disusun untuk memenuhi kebutuhan bervariasi pelanggan, melibatkan aspek kenyamanan, kecepatan, interaksi personal, keterampilan, dan keramahan. Kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, SH, sebagai penyedia layanan legal, menjadi objek penelitian. Program ini berupaya meningkatkan visibilitas kantor melalui pengembangan situs web resmi, memanfaatkan media sosial, dan memperkuat identitas kantor. Metodologi penelitian melibatkan data primer dari wawancara dan observasi langsung, serta data sekunder dari sumber eksternal. Hasil penelitian menunjukkan implementasi strategi pelayanan dengan pembuatan situs web resmi telah meningkatkan transparansi, kepercayaan, dan akses informasi. Pemberian souvenir dan ID card membantu memperkuat ikatan positif dengan pelanggan serta meningkatkan keamanan dan identitas karyawan. Program ini berhasil mencapai tujuan meningkatkan citra positif dan hubungan jangka panjang dengan klien.

Kata kunci: Layanan notaris, PPAT, strategi manajemen.

1. PENDAHULUAN

Dalam industri jasa hukum, peran kantor Notaris dan PPAT sangat signifikan. Layanan yang diberikan mencakup pembuatan Akta Notaris, legalisasi dan verifikasi dokumen, warisan dan wasiat, pembuatan perjanjian pernikahan, pembentukan badan usaha seperti PT dan CV, akta pendirian yayasan dan badan amal, perubahan status kepemilikan tanah, hingga konsultasi hukum (Sari & Mustafida, 2019).

Dengan meningkatnya permintaan layanan Notaris dan PPAT, terdapat kebutuhan yang mendesak untuk merancang strategi manajemen yang dapat mengelola lonjakan

permintaan tanpa mengorbankan kualitas layanan. Era digital membawa tantangan dan peluang baru yang menuntut integrasi teknologi untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, serta kepuasan pelanggan dalam proses layanan (Siringoringo & Alfaridzi, 2024). Proses pelayanan yang optimal, efektif, dan efisien membutuhkan pengelolaan situasi internal dan eksternal secara menyeluruh sebagai masukan dalam perancangan sistem yang adaptif (Hendro Basuki & Husein, 2018). Penerapan teknologi dan otomatisasi akan menjadi hal yang krusial untuk memperbaiki dan menyederhanakan pelayanan, terutama dalam memberikan pengalaman yang unggul bagi para nasabah.

Strategi pelayanan ini harus mencakup komunikasi yang efektif, penanganan pertanyaan nasabah dengan cepat, dan penyempurnaan proses notarisasi untuk memenuhi ekspektasi pelanggan yang semakin kompleks. Pelayanan dalam konteks ini melibatkan elemen kenyamanan, kecepatan, interaksi personal, keterampilan, dan keramahan sebagai elemen utama (Mahdun Rahmad, Ema Nurzainul Hakimah, 2023). Setiap individu memiliki kebutuhan yang bervariasi, baik dalam bentuk materiil maupun nonmateriil. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, penting adanya pelayanan yang dirancang secara efektif dan disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan yang beragam (Rahayu, 2019).

Kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, S.H., berdiri pada tahun 2001 sebagai Notaris di Kota Batam dan tahun 2005 sebagai PPAT di Kota Batam. Legalitas kantor ini didasarkan pada Keputusan Menteri Kehakiman Republik Indonesia Nomor C-1320.HT.03.01-Th.2001 tanggal 21 Oktober 2002 dan Keputusan Kepala Badan Pertanahan Nasional Nomor 2-XA-2005 tanggal 11 Februari 2005 (notarisppatanitamahdalena.com, n.d.). Namun, layanan di kantor ini saat ini masih terbatas pada strategi tradisional seperti word of mouth dalam menjangkau pelanggan, tanpa memanfaatkan media digital secara optimal.

Di tengah persaingan yang semakin ketat di Kota Batam, kurangnya informasi mengenai layanan Kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, S.H. di platform pencarian seperti *google*, *chrome*, atau *safari* menjadi tantangan besar. Selain itu, minimnya aktivitas sosial media mengakibatkan kantor ini kurang dikenal masyarakat dibandingkan kantor notaris lainnya di Batam.

Oleh karena itu, program pengembangan layanan digital ini bertujuan untuk meningkatkan citra kantor melalui optimalisasi pencarian informasi digital dan pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran. Strategi ini diharapkan dapat memberikan kesan yang lebih baik kepada pelanggan, meningkatkan reach dari jasa yang diberikan, dan menarik perhatian lebih banyak calon pelanggan. Dengan mengadopsi pendekatan digital, kantor ini

dapat memberikan layanan yang lebih modern dan relevan, serta memperkuat posisi mereka dalam pasar jasa Notaris dan PPAT di Kota Batam.

2. METODE

Ada dua sumber data kualitatif yang digunakan, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan informasi yang diperoleh melalui pengolahan yang dilakukan oleh peneliti atau data yang diperoleh secara langsung oleh individu atau organisasi dari objek yang diteliti (Mehta, 2020). Data primer diperoleh melalui observasi langsung di perusahaan dan melalui wawancara. Data yang diolah berasal dari dua sumber, yakni data primer dan data sekunder. Data primer mencakup hasil wawancara dan observasi terkait penelitian di kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, SH, yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti.

Data sekunder merupakan diperoleh dari pihak lain dan tidak dikumpulkan oleh peneliti secara langsung. Data sekunder berupa informasi yang telah diolah terkait lokasi penelitian, literatur yang relevan, dan data lain yang diperoleh dari tempat penelitian (Rosyidani et al., 2024).

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan observasi dan wawancara. Observasi merupakan metode yang dilakukan dengan cara pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang menjadi fokus pengamatan (Mania, 2008). Pada beberapa situasi, informasi yang diperoleh melalui observasi dapat memiliki tingkat akurasi dan keandalan yang lebih tinggi dibandingkan dengan metode lainnya, seperti wawancara (Pujaastwa, 2016). Sementara itu, wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui interaksi antara dua individu, di mana mereka saling bertukar informasi dan gagasan melalui sesi tanya jawab. Hasil dari wawancara ini dapat diolah dan dikembangkan menjadi topik yang lebih terarah dan terstruktur (Wijoyo, 2022). Proses wawancara biasanya melibatkan beberapa pihak yang terkait untuk memperoleh sudut pandang yang lebih luas. Kombinasi antara observasi dan wawancara dirancang untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang Kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, SH. Metode ini memberikan dasar yang kuat untuk merancang strategi manajemen pelayanan yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan.

3. HASIL

1. *Official web*

Dalam implementasi strategi pelayanan, dibuatlah situs web resmi untuk Kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, SH. Situs web ini didesain dengan tampilan yang sederhana dan memberikan penjelasan mengenai tugas Notaris dan PPAT, serta detail layanan yang disediakan oleh Kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, SH. Selain itu, situs ini juga memuat informasi informatif dan menarik. Dalam implementasi strategi pelayanan, dibuatlah situs web resmi untuk Kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, SH. Situs web ini didesain dengan tampilan yang sederhana dan memberikan penjelasan mengenai tugas Notaris dan PPAT, serta detail layanan yang disediakan oleh Kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, SH. Selain itu, situs ini juga memuat informasi informatif dan menarik.

Selain itu, situs web ini juga menyediakan formulir online yang memudahkan calon klien untuk mengajukan pertanyaan atau mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai proses notarisasi dan layanan yang disediakan oleh Kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, SH. Tidak hanya itu, situs web ini juga menawarkan fitur terbaru yang memungkinkan para pengunjung untuk mengunduh berbagai formulir yang diperlukan secara langsung, sehingga mempercepat dan menyederhanakan proses administratif yang terkait dengan layanan notaris dan PPAT di Kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, SH.

2. *Pemberian Souvenir*

Pemberian souvenir kepada nasabah atau klien di Kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, SH merupakan upaya apresiasi yang bertujuan untuk memperkuat ikatan positif dengan pelanggan. Strategi ini tidak hanya menjadi sarana meningkatkan minat dan kepuasan pelanggan terhadap layanan, tetapi juga sebagai bentuk investasi dalam membangun hubungan jangka panjang dengan klien. Souvenir diberikan sebagai tanda terima kasih kepada nasabah, sekaligus untuk menciptakan pengalaman positif yang dapat memperkuat brand image dan membangun loyalitas pelanggan, menciptakan hubungan yang berkelanjutan dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Dengan memberikan souvenir, Kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, SH berharap dapat terus menjalin kolaborasi positif dengan klien serta menciptakan fondasi yang kuat untuk kerjasama masa depan. Hal ini sejalan dengan komitmen kami untuk memberikan pelayanan terbaik dan membangun hubungan yang erat dengan setiap klien.

3. Pembuatan Kartu Identitas

Pembuatan Kartu Identitas merupakan bagian integral dari program strategi pelayanan di Kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, SH. Selain berfungsi sebagai alat identifikasi yang membantu memudahkan pengenalan karyawan, *ID card* juga diimplementasikan sebagai langkah keamanan tambahan di lingkungan kantor. Dengan adanya *ID card*, kantor notaris dapat meningkatkan tingkat keamanan dan kenyamanan di dalamnya. *ID card* ini tidak hanya menciptakan sistem identifikasi yang efisien, tetapi juga memberikan pengalaman kerja yang lebih baik bagi karyawan.

Selain manfaat keamanan, *ID card* juga dapat digunakan sebagai akses ke berbagai fasilitas di kantor, seperti ruang rapat atau perpustakaan internal. Dengan demikian, program *ID card* tidak hanya meningkatkan keamanan, tetapi juga memperbaiki efisiensi operasional di dalam lingkungan kantor. Selain itu, desain kreatif dan personalisasi *ID card* dapat menciptakan suasana kerja yang lebih menyenangkan dan memotivasi karyawan.

Program *ID card* ini juga menjadi simbol kesatuan dan identifikasi dengan budaya kantor, memperkuat rasa memiliki di antara anggota tim. Dengan adanya *ID card*, setiap karyawan dapat dengan bangga menunjukkan identitasnya sebagai bagian dari tim Kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, SH. Hal ini dapat meningkatkan semangat kerja dan keterlibatan karyawan dalam mencapai tujuan bersama.

4. KESIMPULAN

Dengan adanya kegiatan strategi pelayanan di Kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, S.H. menunjukkan bahwa langkah-langkah yang diambil telah memberikan dampak positif secara signifikan. Pembuatan *official web* membawa keterbukaan informasi dan meningkatkan transparansi terhadap layanan yang diberikan oleh kantor notaris. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dari nasabah serta memudahkan akses informasi. Pemberian *souvenir* sebagai bentuk apresiasi kepada nasabah telah berhasil meningkatkan minat pelanggan dan membangun citra positif Kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, S.H. Kesan positif ini dapat membantu menciptakan hubungan yang lebih erat dengan nasabah, sehingga berpotensi meningkatkan retensi dan loyalitas pelanggan. Pembuatan *ID card* untuk karyawan juga memberikan manfaat, baik dalam meningkatkan keamanan di dalam kantor maupun menciptakan identitas profesional yang kuat. Hal ini mencerminkan komitmen kantor notaris untuk memberikan pelayanan yang terorganisir dan terpercaya.

Secara keseluruhan, strategi pelayanan yang diterapkan di Kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, S.H. berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan transparansi, kepercayaan, dan citra positif. Dengan implementasi yang baik, kantor notaris dapat terus memperkuat hubungan dengan nasabah dan menjaga standar profesionalitas dalam pelayanan notaris dan PPAT.

REFERENSI

- Basuki, F. H., & Husein, H. (2018). Analisis SWOT financial technology pada dunia perbankan di Kota Ambon (Survei pada bank di Kota Ambon) [Financial technology SWOT analysis in the banking world in the city of Ambon (Survey of banks in Ambon City)]. *MANIS: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 49–58. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/manis/>
- Mania, S. (2008). Observasi sebagai alat evaluasi dalam dunia pendidikan dan pengajaran. *Lentera Pendidikan: Jurnal Ilmu Tarbiyah dan Keguruan*, 11(2), 220–233. <https://doi.org/10.24252/lp.2008v11n2a7>
- Mehta, A. M. (2020). How brand image and perceived service quality affect customer loyalty through customer satisfaction. *Academy of Marketing Studies Journal*, 24(March), 1–10.
- Notaris & PPAT Anita Mahdalena, S.H. (n.d.). Kantor Notaris & PPAT Anita Mahdalena, S.H. Retrieved November 11, 2023, from <https://notarisppatanitamahdalena.com/>
- Pujaastwa, I. B. G. (2016). Teknik wawancara dan observasi untuk pengumpulan bahan informasi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Komunikasi*, 1(1), 1–11.
- Rahayu, S. E. I. (2019). Evaluasi kualitas pelayanan di kantor notaris dan PPAT Yuniar Novaliasari, S.H., M.Kn. *Jurusan Teknik Kimia USU*, 3(1), 18–23.
- Rahmad, M., & Hakimah, E. N. (2023). Menciptakan kepuasan konsumen pada Sasa Servis Motor. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 1–11.
- Rosyidani, N. M., Rahma, G. A., Rahayu, L., Putri, M., & Handayani, W. T. (2024). Analisa pengaruh daya tarik influencer terhadap niat pembelian melalui kepercayaan masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 2(2), 273–281. <https://doi.org/10.58812/jekws.v2i02.773>
- Sari, Z., & Mustafida, L. (2019). Tinjauan hukum terhadap peran notaris dalam pembuatan perjanjian perikatan jual beli (Studi di kantor notaris Ny. Susilowati Achmad, S.H.). *Fakultas Ilmu Hukum, Universitas Cokroaminoto Yogyakarta*, 3(2), 1–22. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- Siringoringo, R. G., & Alfaridzi, M. Y. (2024). Pengaruh integrasi teknologi pembelajaran terhadap efektivitas dan transformasi paradigma pendidikan era digital. *Jurnal Yudistira: Publikasi Riset Ilmu Pendidikan dan Bahasa*, 2(3), 66–76. <https://doi.org/10.61132/yudistira.v2i3.854>

Wijoyo, H. (2022). Analisis teknik wawancara (pengertian wawancara, bentuk-bentuk pertanyaan wawancara) dalam penelitian kualitatif bagi mahasiswa teologi dengan tema pekabaran injil melalui penerjemahan Alkitab. *Academia.edu*, 1–10.