

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kesuksesan suatu perusahaan salah satunya dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan memuaskan konsumen. Kebutuhan pelayanan konsumen menjadi prioritas utama suatu perusahaan agar mendapat kepuasan pelanggan. Dengan berkembangnya dunia usaha yang semakin canggih dan mobilitas waktu sangat diutamakan karena tuntutan dari konsumen maupun pelanggan yang baik.

Saat ini perubahan budaya dan gaya hidup masyarakat semakin maju. Dukungan kemajuan teknologi, konsumen menghadapinya lebih banyak alternatif produk, dengan harga dan kualitas yang berbeda. Hal ini menyebabkan konsep pemasaran jasa ini menganggap bahwa meningkatkan penjualan dan laba perusahaan belum cukup, para pemasar juga harus fokus pada kepuasan pelanggan sehingga mendapatkan loyalitas pelanggan.

Setiap organisasi mempertahankan eksistensi kinerjanya untuk mencapai tingkat pertumbuhan tertentu sesuai dengan yang diharapkan organisasi. Selain itu organisasi akan meningkatkan kinerjanya agar mampu memenuhi harapan konsumennya sehingga di mata konsumen organisasi tersebut akan menjadi organisasi yang terbaik. Suatu organisasi tidak hanya untuk menjadi yang terbaik, tetapi dalam era ini setiap pelaku pasar,

mulai dari organisasi kecil, organisasi menengah, organisasi besar nasional sampai organisasi internasional dituntut untuk mempunyai nilai kompetitif yang mampu membedakannya dari pesaing, dimana setiap organisasi berusaha mempunyai suatu produk yang memiliki nilai kompetitif tinggi sehingga menjadikan produknya istimewa di mata konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen. Dimasa sekarang ini sangat dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan seperti perusahaan bangunan. Dimana untuk menarik pelanggan diperlukan kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat menimbulkan kepuasan dari pelanggan. Persaingan antar perusahaan bangunan menjadi sangat ketat karena setiap perusahaan berusaha untuk menjadi yang terdepan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Banyak perusahaan bangunan lokasinya berada dalam satu kawasan maka akan menimbulkan pesaing yang ketat untuk merebutkan pengunjung dan pembeli.

Pelayanan tidak terlepas dari pelanggan. Pelanggan adalah orang yang membeli atau menggunakan produknya dan merupakan orang yang berinteraksi dengan organisasi setelah proses menghasilkan produk atau jasa. Pelanggan harus dipuaskan. Jika mereka tidak dipuaskan, maka mereka akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pihak pesaing. Semakin banyak pelanggan yang meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pihak pesaing, penjualan perusahaan akan menurun yang akhirnya membuat laba perusahaan juga akan menurun. Maka dari itu,

pelayanan yang baik harus berorientasi kepada kebutuhan pelanggan sehingga tercipta kepuasan pelanggan.

Dalam kondisi persaingan yang ketat hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan pelanggan, sehingga perusahaan dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar. Setiap pelanggan pasti menginginkan pelayanan yang lebih baik untuk menjadi puas dan tidak akan pernah menjadi puas sampai mendapatkan apa yang diinginkan oleh pelanggan tersebut. Jika suatu perusahaan memberikan perhatian pada kepuasan pelanggan hanya dari segi produk atau harga saja, maka perusahaan tersebut akan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan nilai tambah dari pelanggannya. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari pelanggan tentu pelanggan akan semakin puas.

Penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima ketika berbelanja bahan bangunan sangatlah diperhatikan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan yang setia. Apabila kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan telah tercapai maka harapannya adalah terciptanya loyalitas pelanggan.

CV. Barokah merupakan perusahaan yang menjual barang-barang jadi seperti bahan bangunan. Perusahaan juga melayani jasa pengiriman barang kepada konsumen. Dalam kegiatan jasa pengiriman barang, mereka

berupaya memberikan pelayanan terbaik dalam memberikan suatu layanan jasa. Hal ini sangat disadari oleh perusahaan karena dengan memberikan fasilitas dan layanan yang baik akan memberikan suatu kesan yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya adalah kualitas jasa, jika kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan dapat dirasakan dengan baik oleh konsumen, maka konsumen akan dapat merasa puas.

Sangatlah penting memahami kepuasan pelanggan dalam suatu bisnis. Namun untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan diperlukan pengukuran variabel-variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan kepada pelanggan, dimana variabel-variabel tersebut antara lain : kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor situasional, dan faktor personal. Namun untuk kepentingan penelitian ini, penulis lebih berfokus pada variabel Kualitas Layanan.

Pengukuran kepuasan bagi pelanggan dapat dilakukan dengan cara melakukan pengukuran atas dimensi Kualitas Layanan yang meliputi *Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness* dan *Assurance*. *Tangible* penampilan pelanggan terhadap CV. Barokah yang memberikan citra dan image dimata pelanggannya. Penampilan yang rapi dan profesional, peralatan yang modern dan brosur-brosur yang indah, menarik. *Empathy* menjelaskan kualitas pelayanan yang dipengaruhi oleh kemampuan karyawan CV. Barokah dalam memahami kebutuhan pelanggan yaitu keramahan dan kesopanan terhadap pelanggan CV. Barokah.

Reliability menjelaskan aspek yang bisa diukur melalui aktifitas atau registrasi pelanggan CV. Barokah baru sangat mudah dan cepat, pelayanannya cepat dan handal. *Responsiveness* menjelaskan kesiapan petugas dalam melayani pelanggan di CV. Barokah, kemauan untuk membantu pelanggan dan cepat merespon pelanggan yang cepat. *Assurance* menjelaskan tingkat kepentingan pelanggan (responden) terdiri atas petugas mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan CV. Barokah, pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi.

Berdasarkan paparan yang sudah dijelaskan maka peneliti tertarik untuk mengukur sejauh mana kepuasan pelanggan dalam hubungannya dengan kualitas pelayanan melalui dimensi model ServQual pada pelanggan CV. Barokah dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Guna Meningkatkan Kepuasan Pelanggan”. Fenomena tersebut menarik untuk diajukan sebagai topik penelitian ini mengingat pentingnya nilai informasi tentang pelanggan bagi pengambilan keputusan bagi pengambilan keputusan dalam organisasi bisnis. Tanpa pemahaman yang mendalam tentang pelanggan sulit untuk bisa mempertahankan pelanggan dan merebut pangsa pasar secara optimal.

B. Permasalahan

CV. Barokah merupakan perusahaan yang menjual bahan-bahan jadi seperti bahan bangunan. Perusahaan juga melayani jasa pengiriman barang kepada konsumen. Dalam melaksanakan kegiatan tersebut masih terdapat kendala maupun permasalahan-permasalahan yang dapat

menyebabkan menurunnya kualitas pelayanan, salah satunya menurunnya jumlah pelanggan CV. Barokah pada tahun 2014 sebanyak 133 pelanggan, tahun 2015 sebanyak 130 pelanggan, tahun 2016 sebanyak 125 pelanggan hal ini bisa terjadi bahwa kualitas pelayanan adalah prediktor yang menentukan kepuasan dan kepercayaan pada pelanggan CV. Barokah. Pelayanan yang memuaskan sangat dibutuhkan oleh para pelanggan khususnya pelanggan CV. Barokah. Mengingat pembeli yang mempunyai keinginan yang selalu dipenuhi dan dipuaskan. Pelayanan yang baik dalam hal kecepatan, keramahan dan kesopanan bisa diterapkan melalui penjualan, secara rutin membuat pelanggan yang menjadikan perusahaan pesaing lebih unggul dalam menarik pelanggan.

C. Rumusan Masalah

Dalam rangka pencapaian untuk memperoleh tujuan perusahaan dengan adanya permasalahan, maka peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas adalah :

Bagaimana menganalisis kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*realibilitas*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) guna meningkatkan kepuasan pelanggan pada CV. Barokah Sambong Kanigoro Blitar?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuandari penelitian ini adalah :

Untuk menganalisis kualitas pelayanan jasa guna meningkatkan kepuasanpelanggan pada CV. Barokah Sambong Kanigoro Blitar.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan bagi penulis, karena penulis dapat secara langsung mengetahui serta mempelajari permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan serta memberikan alternatif pemecahan masalah yang ada dalam perusahaan.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

Dapat memberikan gambaran bagi masyarakat bahwa peneliti ini penting dilakukan agar perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik.

3. Bagi Perusahaan CV. Barokah Sambong Kanigoro Blitar

a. Dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai bahan evaluasi terhadap efektifitas dan efisiensi dalam proses pelayanan bagi perusahaan.

b. Sebagai bahan masukan atau pertimbangan dalam mengambil kebijakan-kebijakan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga konsumen akan puas dan membentuk loyalitas konsumen.