

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar merupakan arena persaingan baik produk atau jasa persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran.

Setiap organisasi akan senantiasa mempertahankan eksistensi kinerjanya untuk mencapai tingkat pertumbuhan tertentu sesuai dengan yang diharapkan organisasi. Selain itu organisasi akan senantiasa 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 (*competitive value*) yang mampu membedakannya dari pesaing, dimana setiap organisasi berusaha mempunyai suatu produk yang memiliki nilai kompetitif tinggi sehingga menjadikan produknya istimewa di mata konsumen.

Di Indonesia perkembangan perekonomian khususnya dalam sektor jasa juga menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat, termasuk organisasi yang bergerak di sektor publik (*public service*), salah satunya adalah kecamatan.

Melihat keadaan seperti di atas, mengharuskan organisasi untuk dapat mengatasi memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Adapun salah satu caranya adalah dengan menjalankan konsep pelayanan yang tepat, yaitu organisasi dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan atau bahkan melebihi harapan pelanggan.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan

aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Dalam memberikan pelayanan yang berkualitas sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, organisasi dapat berpedoman pada dimensi kualitas jasa yang dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis. Apabila konsumen merasakan kebutuhan dan keinginannya terpenuhi, maka akan terjadi kepuasan konsume yang pada dasarnya hal itulah yang diupayakan oleh hampir semua sektor usaha dalam menjalankan usahanya.

Jika pelayanan yang diberikan memenuhi permintaan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan bila jasa pelayanan berada di bawah tingkat yang diharapkan, pelanggan akan merasa kurang/tidak puas. Pelanggan yang merasa tidak puas terhadap kualitas/pelayanan yang diberikan, dengan sendirinya akan menceritakan kepada orang lain sebagai komplain atas ketidakpuasannya. Oleh karena itu pengukuran kepuasan akan pelayanan yang diberikan oleh PT. BFI Finance Indonesia Cabang Blitar pada masyarakat harus selalu dilakukan untuk mengetahui dan merencanakan strategi yang lebih baik di masa mendatang dan lebih meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta untuk meminimalisasikan masalah.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis mengambil judul : Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. BFI Finance Indonesia Tbk. Cabang Blitar.

B. Permasalahan

Perusahaan diharapkan untuk terus meningkatkan pelayanannya kepada konsumen, tetapi tentunya dalam melaksanakan kegiatannya tersebut masih terdapat kendala maupun permasalahan-permasalahan yang dapat menyebabkan munculnya pendapat dari konsumen bahwa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kurang berkualitas. Kendala yang selama ini sering dialami oleh karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen salah satunya adalah kurang efektif dan efisiennya pelayanan yang diberikan. Untuk mengatasi kendala maupun permasalahan-permasalahan tersebut, salah satunya adalah dengan metode menganalisa kualitas pelayanan yang dimiliki, yang nantinya akan dapat diketahui alternatif pemecahan masalah dengan harapan agar konsumen beranggapan bahwa pelayanan yang diberikan PT. BFI Finance Indonesia Tbk. Cabang Blitar berkualitas.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka rumusan masalah dikemukakan sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan umum di PT. BFI Finance Indonesia Tbk. Cabang Blitar?
2. Bagaimana prioritas kualitas pelayanan yang yang harus diperbaiki oleh PT. BFI Finance Indonesia Tbk. Cabang Blitar?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan umum di PT. BFI Finance Indonesia Tbk. Cabang Blitar.
2. Untuk mengetahui prioritas kualitas pelayanan yang yang harus diperbaiki oleh PT. BFI Finance Indonesia Tbk. Cabang Blitar.

E. Kegunaan Penelitian

1. Menambah pengetahuan peneliti tentang kualitas pelayanan umum sektor publik di PT. BFI Finance Indonesia Tbk. Cabang Blitar.
2. Mengetahui penetapan prioritas pembenahan kualitas pelayanan yang diberikan dalam hal ini di PT. BFI Finance Indonesia Tbk. Cabang Blitar.
3. Sebagai bahan pertimbangan bagi intansi yang terkait khususnya dalam menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai pelayanan dan kinerjanya dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan.