

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi menciptakan suatu lapangan bisnis dipasar domestik maupun di pasar internasional semakin ketat. Pada hasilnya hanya perusahaan-perusahaan yang mampu menghasilkan produk (barang dan jasa) dengan yang berkualitas. Harga saing pendistribusian yang cepat dan tepat waktu serta pelayanan terbaik akan mampu bertahan.

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.

Untuk itu diperlakukan paradigma pengikat yang bisa menjadikan pelayanan biasa yang orang lakukan menjadi istimewa. Antara lain, bagaimana orang memandang diri sendiri, bagaimana orang memandang orang lain, dan bagaimana orang memandang pekerjaan serta keunggulan empat sikap (gairah, progresif, proaktif, dan positif) dari orang-orang yang bertanggung jawab memberikan pelayanan tersebut.

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau

hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tiak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Di samping itu kualitas pelayanan juga tidak kalah relevannya untuk dianalisis sebab kualitas pelayanan yang baik akan timbul setelah pelanggan merasa puas atau tidak puas terhadap layanan yang diterimanya. Banyak perusahaan yang semakin yakin bahwa pemasaran dengan konsep mempertahankan pelanggan sangatlah menguntungkan karena itulah kualitas pelayanan menjadi hal yang patut dipertahankan oleh perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat kepuasan yang diperoleh dari jasa yang diberikan. Kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan dua factor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*).

Pelayanan yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas prouk yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan juga akan semakin tinggi. Dan bila kepuasan pelanggan tinggi, maka akan menimbulkan keuntungan bagi badan usaha atau organisasi pemberi layanan tersebut.

Pelayanan yang berkualitas erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan

seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, belum ada standar baku yang dapat dijadikan pedoman, selain karena kepuasan itu sifatnya relatif juga harapan dan interpretasi pelanggan berbea-bea pula.

Sementara itu, etos kerja adalah sikap yang muncul atas kehendak dan kesadaran sendiri yang didasari oleh sistem orientasi nilai budaya terhadap kerja. Etos berasal dari bahasa Yunani, yaitu *ethos* yang artinya sikap, kepribadian, watak, karakter, serta keyakinan atas sesuatu. Sikap ini tidak saja dimiliki oleh individu, tetapi juga oleh kelompok bahkan masyarakat. Etos dibentuk oleh berbagai kebiasaan, pengaruh budaya, serta sistem nilai yang diyakininya.

Keberhasilan dalam persaingan kerja tidak hanya membutuhkan keahlian dan kemampuan saja tetapi juga diperlukan adanya dedikasi, kerja keras, dan kejujuran dalam bekerja. Seseorang yang berhasil harus memiliki pandangan dan sikap yang menghargai kerja sebagai sesuatu yang luhur untuk eksistensi manusia. Suatu pandangan dan sikap terhadap kerja dikenal dengan istilah etos kerja. Apabila seseorang mau mencintai pekerjaannya dengan tulus, maka dia akan menjadi pribadi yang kaya hati dan mudah melayani orang lain dengan perasaan bahagia. Cinta pada pekerjaan merupakan sebuah jalan kehidupan yang akan memperkaya kehidupan seseorang di semua aspek kehidupannya.

Kepuasan pelanggan dapat dipahami oleh perusahaan dengan meneliti 5 (lima) dimensi kualitas pelayan yaitu: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), daya tanggap (*responsiveness*), dan empati (*emphaty*). Pertama adalah bukti fisik untuk melihat bagaimana kondisi fisik

perusahaan yang menciptakan kenyamanan bagi pelanggan. Kedua adalah dimensi keandalan yang bertujuan untuk melihat bagaimana kemampuan perusahaan dalam melaksanakan jasa yang mereka janjikan. Ketiga untuk melihat bagaimana kesediaan perusahaan dalam membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu bagi mereka yang disebut dengan daya tanggap. Keempat untuk mengetahui bagaimana perusahaan meyakinkan dan memberikan kepercayaan kepada konsumen yang disebut dengan jaminan. Dan yang kelima untuk mengetahui bagaimana karyawan perusahaan memberikan perhatian kepada pelanggan atau berempati.

Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian pula pada jasa *leasing*, masalah kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan jasa ini.

Pelayanan terhadap konsumen harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab dari awal sampai selesai, suatu pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi konsumen. Petugas pelayanan harus pandai dalam mencari solusi untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi konsumen, oleh karena itu pihak leasing PRS Multi Finance Medan harus berusaha membangun komunikasi dengan para konsumen dan pelanggannya untuk memberikan pelayanan terbaik.

Leasing PRS Multi Finance Medan dituntut untuk menjadikan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama, dimana tingkat kepentingan dan harapan

pelanggan serta pelaksanaan atau kinerja yang dilakukan perusahaan harus disesuaikan dengan apa yang diharapkan pelanggan, sehingga perusahaan perlu menilai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pilihan mempertahankan pelanggan yang ada saat ini lebih penting dibanding dari strategi agresif seperti memperluas ukuran pasar yang menggaet konsumen potensial. Selain itu, nilai yang dipikirkan pelanggan juga akan memberikan pengaruh terhadap loyalitas produk atau jasa yang ditawarkan dan digunakannya.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian karya ilmiah berupa skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Etos Kerja Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Leasing PRS Multi Finance Medan”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat diidentifikasi masalah yang berkenaan dengan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang diberikan karyawan leasing PRS Multi Finance Medan belum memadai.
2. Karyawan bekerja belum sesuai dengan kemampuan untuk memajukan perusahaan.
3. Kurangnya perhatian yang dilakukan pihak leasing PRS Multi Finance Medan dalam mencermati kepuasan pelanggan.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada kantor leasing PRS Multi Finance Medan.
2. Seberapa besar pengaruh etos kerja terhadap kepuasan pelanggan pada kantor leasing PRS Multi Finance Medan.
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan etos kerja terhadap kepuasan pelanggan pada kantor leasing PRS Multi Finance Medan.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada kantor leasing PRS Multi Finance Medan?
2. Apakah etos kerja memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada kantor leasing PRS Multi Finance Medan?
3. Apakah kualitas pelayanan dan etos kerja memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada kantor leasing PRS Multi Finance Medan?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yang penulis kemukakan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada kantor leasing PRS Multi Finance Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh etos kerja terhadap kepuasan pelanggan pada kantor leasing PRS Multi Finance Medan.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan etos kerja terhadap kepuasan pelanggan pada kantor leasing PRS Multi Finance Medan.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan etos kerja terhadap kepuasan pelanggan pada kantor leasing PRS Multi Finance Medan.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan pembelajaran tentang kualitas pelayanan dan etos kerja terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, dapat dijadikan pengetahuan pada saat berada di dunia kerja nantinya.

3. Bagi pembaca

Penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai pembelajaran dan referensi terutama pada topik-topik tentang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan etos kerja terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi peneliti sejenis maupun civitas akademika lainnya dalam rangka untuk mengembangkan ilmu pengetahuan untuk perkembangan dan kemajuan dunia pendidikan.