

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan berkualitas dapat ditentukan dengan keandalan, ketanggapan dan empati.

Saat ini, produk atau jasa mungkin bersaing dalam satu pasar, sehingga terjadi 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.

Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan jasa karena akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang

atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik dimata masyarakat. Kepuasan pelanggan akan muncul apabila kualitas pelayanannya baik, dimana kualitas pelayanan yang baik mencakup lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*). Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memungkinkan pembelian ulang dan terciptanya loyalitas serta pelanggan memberi rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan.

Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan akan dapat membuat citra positif terhadap perusahaan, dan akan mendatangkan keuntungan yang besar bagi perusahaan. Selain itu, Pelayanan yang baik mendorong minat pelanggan untuk menggunakan lagi jasa tersebut sehingga tercipta loyalitas konsumen. Kondisi persaingan yang semakin ketat, hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah masalah kualitas layanan kepada pelanggan agar dapat tetap bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Pimpinan perusahaan harus tahu hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan dan pimpinan berusaha menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan pelanggan.

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 kaitannya dengan pelayanan kepada pelanggan, semua pihak yang bergerak dalam pemberian pelayanan harus menyadari bahwa keberadaan konsumen yang setia (*loyal*) merupakan pendukung untuk kesuksesan perusahaan. Dengan demikian, mereka harus menempatkan konsumen sebagai aset yang sangat berharga, karena dalam kenyataannya tidak ada satupun organisasi, terutama perusahaan yang akan mampu bertahan hidup bila ditinggalkan oleh pelanggannya.

Kepercayaan pelanggan merupakan hal yang ingin didapat oleh berbagai perusahaan dari para pelanggannya. Kepercayaan akan kualitas produk, kualitas layanan, dan masih banyak lagi kepercayaan yang lain yang menjadi motivasi dari perusahaan untuk mengembangkan produknya. Namun, kepercayaan pelanggan bukan hal yang mudah untuk didapatkan serta menanamkan pemikiran yang positif pada kognitif pelanggan bukan hal yang mudah.

PT. FIF Group Cabang Marelan Kabupaten Deli Serdang sebagai perusahaan bergerak di bidang jasa pemberian pinjaman dana dengan jaminan Buku Pemilikan Kendaraan Bermotor (BPKB) roda dua dan roda empat terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Dengan memberikan kemudahan prosedur memperoleh pinjaman kepada masyarakat, maka semakin

mendorong bertambahnya permintaan pinjaman dana, maka semakin bertambahnya pinjaman yang diberikan kepada masyarakat dewasa ini mendorong perusahaan dibidang jasa pemberian pinjaman dana, dalam hal ini adalah PT. FIF Group Cabang Marelan ikut bersaing untuk menawarkan kelebihan-kelebihan produk jasa yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Sehingga bagi perusahaan, kunci kearah profitabilitas tidak hanya volume penjualan tetapi juga kepuasan jangka panjang bagi pelanggan.

PT. FIF Group Cabang Marelan 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 digunakannya.

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 PT. FIF Group Cabang Marelan harus

berusaha membangun komunikasi dengan para konsumen dan pelanggannya untuk memberikan pelayanan terbaik.

Pelayanan yang baik merupakan daya tarik yang besar bagi pelanggan, sehingga bisnis seringkali menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik minat pelanggan. Kualitas dan kepuasan pelanggan berkaitan sangat erat. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memahami kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian kepada konsumen atau pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian karya ilmiah berupa skripsi dengan judul **“Peranan Keandalan, Ketanggapan dan Empati Terhadap Kualitas Pelayanan di PT. FIF Group Cabang Marelan Kabupaten Deli Serdang”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah berkenaan dengan penelitian ini:

1. Keandalan karyawan PT. FIF Group Cabang Marelan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen belum memadai.
2. Ketanggapan karyawan PT. FIF Group Cabang Marelan dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen masih lambat.
3. Perhatian dari karyawan PT. FIF Group Cabang Marelan terhadap segala kebutuhan dan keluhan pelanggan, belum berjalan dengan baik.
4. Kualitas pelayanan yang diberikan karyawan PT. FIF Group Cabang Marelan belum memadai.

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan baik dan terarah, sesuai dengan latar belakang, maka menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah peranan keandalan, ketanggapan dan empati terhadap kualitas pelayanan di PT. FIF Group Cabang Marelان.

1.4. Perumusan Masalah

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

1. Apakah keandalan memiliki peranan terhadap kualitas pelayanan di PT. FIF Group Cabang Marelان?
2. Apakah ketanggapan memiliki peranan terhadap kualitas pelayanan di PT. FIF Group Cabang Marelان?
3. Apakah empati memiliki peranan terhadap kualitas pelayanan di PT. FIF Group Cabang Marelان?
4. Apakah keandalan, ketanggapan dan empati memiliki peranan terhadap kualitas pelayanan di PT. FIF Group Cabang Marelان?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yang penulis kemukakan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui peranan keandalan terhadap kualitas pelayanan di PT. FIF Group Cabang Marelان.
2. Untuk mengetahui peranan ketanggapan terhadap kualitas pelayanan di PT. FIF Group Cabang Marelان.

3. Untuk mengetahui peranan empati terhadap kualitas pelayanan di PT. FIF Group Cabang Marelan.
4. Untuk mengetahui peranan keandalan, ketanggapan dan empati terhadap kualitas pelayanan di PT. FIF Group Cabang Marelan.

1.6. Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mengharapkan ada manfaat yang dapat diambil baik bagi perusahaan, diri peneliti sendiri maupun bagi masyarakat pada umumnya, yaitu:

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak perusahaan dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan supaya lebih memuaskan pelanggan serta untuk mempertahankan tingkat pelayanan yang menguntungkan dimasa sekarang dan dimasa mendatang. Hasil penelitian ini juga membantu pihak perusahaan apabila ingin meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menekankan pada dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan pembelajaran berkaitan dengan keandalan, ketanggapan dan empati terhadap kualitas pelayanan. Selain itu, dapat dijadikan pengetahuan pada saat berada di dunia kerja nantinya.

3. Bagi akademis

Sebagai bahan referensi untuk penelitian dibidang kualitas pelayanan jasa dimasa yang akan datang dan sebagai bahan untuk menambah khasanah pustaka dibidang pemasaran berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataan.

