

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini lingkungan persaingan bisnis telah membuat berbagai perusahaan untuk senantiasa berusaha menambah dan mempertahankan pangsa pasarnya. Karena dalam hal ini persaingan dalam dunia usaha merupakan titik perhatian utama. Terlebih semakin mudahnya bermunculan perusahaan lainnya yang merupakan ancaman dan turut serta mempengaruhi tingkatan standar kualitas pelayanan.

Untuk menjaga keseimbangan pangsa pasar perusahaan adalah dengan memprioritaskan kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar. Perusahaan harus paham hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan dan berusaha menghasilkan kinerja sebaik mungkin, sehingga dapat memuaskan pelanggannya.

Kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu hal yang penting dalam sebuah pemasaran. Ketika seorang pelanggan merasa puas akan suatu produk atau jasa, maka yang umumnya terjadi pelanggan akan terus menerus membeli dan menggunakannya. Dan secara tidak langsung dia akan mempromosikan dengan cara memberitahukan orang lain mengenai pengalamannya terhadap kualitas produk atau jasa yang telah digunakannya. Sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak puas maka mereka cenderung akan beralih ke tempat lain.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja yang dirasakan (atau hasil) suatu produk atau harapan (Kotler, 2002:42).

Konsumen memiliki peluang yang luas untuk mendapatkan produk dengan sederet pilihan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Untuk itu strategi pemasaran tidak cukup sekedar bagaimana produk itu sampai kekonsumen tetapi lebih fokus kepada apakah produk atau jasa itu telah memenuhi permintaan kepuasan konsumen. Sehingga perusahaan dituntut untuk memberikan nilai tambah kepada konsumen dengan strategi lebih meningkatkan kualitas dalam pelayanan.

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, Fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Kualitas pelayanan sangat bergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia.

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan seorang pelanggan, kualitas berkontribusi dalam hal mendorong kepada pelanggan untuk mempunyai jalinan hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam waktu yang panjang.hal ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Hal ini berarti perusahaan bisa meningkatkan kepuasan pelanggan dan meminimalisir pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan Yasid (2008:102) yaitu: Keandalan, Tanggapan, Assurance, Empati, Tangibel.

CV. Mufidah sebagai salah satu usaha yang bergerak dibidang penjualan alat tulis dan berbagai macam kebutuhan mulai dari siswa, mahasiswa dan juga pegawai serta umum. Toko ini merupakan salah satu usaha yang ada di Gorontalo yang melayani kebutuhan akan suatu barang oleh konsumen. Dari pengamatan yang ada, toko ini hampir tidak pernah sunyi. Semula toko ini hanyalah sebuah usaha jasa fotocopy yang kurang didatangi konsumen hingga saat ini berubah menjadi toko yang menyediakan berbagai peralatan kantor, perguruan tinggi dan umum. Namun penelitian ini lebih difokuskan kepenjualan alat tulis dan peralatan kantor.

Untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha toko ini maka di perlukan indikator-indikator yang bisa membuat konsumen merasa puas dan menjadi loyal. Karena ketika konsumen merasa tidak puas maka pangsa pasar akan beralih keusaha lain, karena CV. Mufidah bukan satu-satunya usaha yang ada di Gorontalo.

Ketika konsumen merasa puas ini artinya secara langsung memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya. Dan merupakan tolak ukur sejauh mana kemampuan perusahaan memberi pelayanan secara maksimal kepada para pelanggannya secara sistematis dan terprogram tanpa melanggar ketentuan-ketentuan dalam berbisnis.

Dibeberapa titik tertentu masih ada kekosongan karyawan sehingga kebutuhan konsumen akan informasi suatu barang agak sulit sehingga keinginan konsumen tidak terpuaskan, malahan di sebagian tempat ada beberapa karyawan yang sibuk bercanda dan saling berbincang dengan sesama karyawan. Keadaan ini lebih diperburuk dengan tidak adanya kotak konsumen atau pusat layanan untuk pengaduan dan keluhan konsumen. Hal tersebut akan berefek negatif terhadap perasaan konsumen yang datang untuk berbelanja di CV. Mufidah.

Hal yang demikian pengaruhnya sangat besar kekonsumen, terlihat dengan adanya tanda-tanda konsumen yang tidak puas, seperti ada beberapa konsumen keluar tanpa melakukan pembelian walaupun barang yang dibutuhkan ada di tempat tersebut, berbagai macam keluhan mulai tersebar kepada rekan-rekan konsumen. Walaupun hal ini menunjukkan adanya ketidakpuasan konsumen terhadap CV. Mufidah, namun karena lokasi CV. Mufidah yang strategis, sehingga konsumen tetap berbelanja di CV. Mufidah meskipun kualitas pelayanannya masih belum memuaskan. Dengan kata lain konsumen berbelanja di tempat ini hanya karena lokasinya yang strategis. Apabila terdapat tempat perbelanjaan yang sejenis dengan lokasi yang strategis dan pelayanan yang memuaskan kemungkinan pelanggan yang tadinya menjadikan CV. Mufidah sebagai alternatif untuk pemenuhan akan kebutuhannya mulai beralih ke tempat perbelanjaan yang lain..

Dengan kondisi seperti ini CV. Mufidah akan kesulitan untuk mengembangkan lebih banyak konsumen. Dan kemungkinan akan mengalami penurunan. Untuk itu pihak dari CV. Mufidah perlu berbenah dan lebih memperhatikan indikasi-indikasi yang nantinya berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Karena konsumen adalah faktor penting untuk keberlangsungan hidup suatu perusahaan.

Dari latar belakang di atas tersebut, maka judul penelitian yang ingin diangkat oleh penulis adalah "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*".

1.2 Identifikasi Masalah

Didasarkan pada latar belakang tersebut di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi beberapa masalah yang ditemukan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Tidak ada layanan keluhan pelanggan atau kotak saran.
2. Karyawannya belum memenuhi standarisasi pelayanan yang memuaskan.
3. Ada beberapa konsumen keluar tanpa melakukan pembelian walaupun barang yang dibutuhkan tersedia.
4. Konsumen beralternatif untuk berbelanja di toko lain yang sejenis.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dari penelitian, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut: Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Mufidah?

1.4 Tujuan Penulisan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah: Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Mufidah.

1.5 Manfaat Penulisan

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai subjek pemikiran dalam menambah ilmu pengetahuan. Khususnya tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi penulis dalam memahami ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai kualitas pelayanan serta kepuasan konsumen selama berbelanja di CV. Mufidah.

b. Bagi perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan yang dipertimbangkan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, dalam merumuskan program dan tujuan serta pengambilan keputusan strategis dalam rangka pengembangan perusahaan.

c. Untuk lembaga

Diharapkan kegunaan penelitian ini dapat menambah kajian ilmu mengenai pentingnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Disamping itu hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama dikemudian hari.