

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik dipasar domestik (nasional) maupun dipasar internasional/global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan/konsumen. Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu pelayanan. Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Dalam berbagai aspek kehidupan, pelayanan merupakan suatu hal yang paling diutamakan. Tidak saja untuk lembaga pemerintahan, namun juga untuk usaha swasta baik yang bergerak dibidang jasa dan lain sebagainya.

Pelayanan prima (*Excellent Service*) menurut pengertian “pelayanan” yang berarti “usaha melayani kebutuhan orang lain” atau dari pengertian “melayani” yang berarti “membantu menyiapkan apa yang diperlukan seseorang” dalam (kamus bahasa Indonesia). Dengan prima atau *excellent* yang berarti bermutu tinggi dan memuaskan. Suatu kualitas pelayanan merupakan kualitas yang harus dihubungkan dengan harapan pelanggan dan memuaskan pelanggan, dengan kata lain adalah penting mendengarkan suara pelanggan kemudian membantunya untuk memformulasikan kebutuhan pelanggan. Pelangganlah yang berhak menilai kualitas dengan membandingkan apa yang diterima dan yang diharapkan.

Untuk mencapai suatu pelayanan yang prima pihak perusahaan haruslah memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan, menguasai pekerjaannya baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, mampu mengerti dan memahami bahasa isyarat (*gesture*) pelanggan serta memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara profesional.

Menurut Everett M.Rogers, dalam Sutrisna (2006: 2) seorang Pakar Sosiologi Pedesaan Amerika membuat definisi, “Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi terhadap satu sama lain, yang pada gilirannya akan tiba kepada saling pengertian. Begitupun dalam suatu organisasi atau dunia bisnis, komunikasi sangat penting demi terjalannya suatu hubungan yang harmonis baik antara pimpinan dan bawahan, sesama karyawan dengan karyawan, dan karyawan dengan pelanggan/konsumen, khususnya pada PT. Suzuki Finance Indonesia.

Komunikasi merupakan salah satu bentuk pelayanan yang sangat berpengaruh di dalam proses pelaksanaan segala aktifitas dalam suatu organisasi tersebut, dimana karyawan khususnya pada bagian pelayanan yang berhadapan langsung dengan pelanggan atau konsumen harus mampu berkomunikasi dengan baik, karena komunikasi sangat berperan penting dalam mewujudkan pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan, dan seorang pemberi pelayanan harus memahami apa kebutuhan dari konsumen/pelanggan.

PT. Suzuki Finance Indonesia cabang gorontalo, merupakan salah satu organisasi formal di lingkungan dunia bisnis yang memberikan kontribusi yang cukup besar dalam hal pembiayaan sepeda motor. Menjadi perusahaan pembiayaan dengan kualitas terbaik merupakan salah satu tujuan dari pihak perusahaan. Dengan memberikan kemudahan bagi masyarakat Indonesia dalam memiliki sepeda motor Suzuki. Melalui pelayanan yang baik agar dapat memenuhi peran dan fungsinya masing-masing untuk mencapai tujuan organisasi.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti pada PT. Suzuki Finance Indonesia Cabang Gorontalo, bahwa Pelayanan pada PT. Suzuki Finance Indonesia belum maksimal. karena masalah jaringan yang sering putus koneksi, dan berbagai macam keluhan dari konsumen, begitupun dengan komunikasi yang terjadi antara karyawan dengan sesama karyawan masih kurang, di dalam pengambilan keputusan karyawan yang satu tidak mengkomunikasikan terlebih dahulu dengan karyawan yang lainnya. Dan ketidakjelasan informasi dari karyawan ke konsumen yang akibatnya konsumen datang complete ke kantor.

“Dari latar belakang di atas, maka penulis menyimpulkan suatu judul penelitian tentang **“Pelayanan Prima Pada PT. Suzuki Finance Indonesia Cabang Gorontalo”**.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Suzuki Finance Indonesia kepada konsumen belum maksimal.
2. Komunikasi antar karyawan masih kurang.
3. Kurangnya kejelasan informasi kepada konsumen.

1.3 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang dan identifikasi masalah, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana Pelayanan Prima pada PT. Suzuki Finance Indonesia Cabang Gorontalo ?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas dapat dikemukakan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Pelayanan Prima pada PT. Suzuki Finance Indonesia Cabang Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ilmiah ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Bagi peneliti, dengan adanya penelitian ini peneliti akan memperoleh wawasan yang lebih luas terhadap permasalahan secara ilmiah.
- b. Untuk menambah pengetahuan tentang Administrasi Perkantoran khususnya tentang Pelayanan Prima.

- c. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan dalam pengembangan dan pemahaman lebih mendalam tentang Pelayanan Prima.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Sebagai bahan informasi terhadap karyawan tentang Pelayanan Prima pada PT. Suzuki Finance Indonesia Cabang Gorontalo.
- b. Dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan baik oleh pimpinan serta pegawai/karyawan pada perusahaan/instansi untuk lebih baik dan perlu memperhatikan juga meningkatkan Pelayanan Prima.

1.6 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Suzuki Finance Indonesia Cabang Gorontalo yang beralamat di jalan H.B Jasin No 318B. Kota Gorontalo. Lokasi penelitian ini disesuaikan dengan lokasi Praktek Kerja Lapangan (PKL) dengan alasan dalam melakukan penelitian ini agar lebih muda dan cepat untuk melakukan pengamatan dan informasi yang dibutuhkan, serta lebih menghemat waktu dan biaya pelaksanaan penelitian.

Adapun waktu penelitian dilakukan selama 4 bulan, yaitu dimulai dari bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2013.

1.7 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini di peroleh melalui data primer dan data sekunder.

1.7.1 Data Primer

Data primer adalah data yang di peroleh langsung dari objek penelitian melalui observasi langsung dan wawancara. Sumber data primer ini berupa informasi informasi yang di dapat dari karyawan yang ada seperti pada bagian Adm & Operat Head, Teller, Teller, dan bagian Collection & Inscurance. Kemudian informasi tersebut menjadi suatu data utama yang akan diproses dan dianalisa berdasarkan masalah pokok yang dibahas dalam penelitian ini.

1.7.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh dari buku atau di kumpulan dari sumber-sumber yang ada. Sumber data sekunder ini diperoleh dari literatur yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

1.8 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dengan cara observasi dan wawancara.

1.8.1 Observasi

Teknik ini digunakan untuk pengumpulan data umum berupa pengamatan langsung terhadap objek penelitian.

1.8.2 Interview

Interview adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan wawancara langsung dengan karyawan-karyawan yang dianggap dapat memberikan informasi yang aktual guna menunjang data selanjutnya yang akan diteliti.

1.8.3 Dokumentasi

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data melalui dokumen-dokumen tertulis yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

1.9 Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif yaitu menganalisis data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara serta dokumentasi. Data yang telah terkumpul dianalisis dengan maksud untuk memberikan gambaran-gambaran tentang data dari hasil observasi dan wawancara yang relevan dengan masalah yang diteliti.