

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pesaing bagi perusahaan adalah suatu kondisi yang harus dicari caranya, perusahaan harus mampu bersaing dalam hal memasarkan produk mereka dimana mereka harus menciptakan suatu keunikan tersendiri pada produk mereka sehingga mampu menarik perhatian konsumen yang akan menjadi sasaran mereka. Perilaku dari tiap-tiap konsumen sangat berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu perusahaan harus dapat menciptakan berbagai inovasi yang dapat digunakan sebagai daya tarik untuk produk mereka. Perusahaan juga harus melakukan suatu strategi pemasaran yang mampu menarik minat konsumen untuk membeli produk mereka sehingga dapat tercapainya tingkat dari penjualan yang lebih dari produk mereka.

Salah satu cara yang bisa dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produk mereka yaitu dengan cara mampu menerapkan strategi kualitas pelayanan yang mereka tawarkan. Karena strategi kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk melayani para konsumen. Sebab dengan pelayanan maka akan menimbulkan kepuasan bagi pelanggan dalam menggunakan atau membeli produk pada perusahaan tersebut. Sehingga pentingnya perusahaan untuk memberikan konsumen pelayanan yang berkualitas.

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan masyarakat. Sehingga dapat diartikan bahwa pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen /masyarakat (Sampara Lukman, 2001: 5).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan suatu perusahaan . Karen kepuasan dan loyalitas konsumen melalui pelayanan telah menjadi komitmen bagi perusahaan dalam menjalankan roda bisnisnya. Jika pelayanan yang diberikan kepada konsumen adalah pelayanan yang terbaik dan mampu memberikan rasa loyalitas pada konsumen, maka hal tersebut akan berpengaruh positif terhadap kinerja usahanya.

Menurut Tjiptono (2007: 59) bahwa kualitas pelayanan tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut adalah untuk memenuhi keinginan atau harapan pelanggan. Sehingga kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk membarengi harapan pelanggan Dengan lebih ditingkatkan lagi pelayanan oleh para perusahaan sehingga mampu meberikan rasa nyaman kepada para konsumen. Karena dalam pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut dapat

meningkatkan rasa percaya konsumen untuk menggunakan produk yang mereka tawarkan. Yang nantinya akan berdampak pada kelangsungan perusahaan mereka.

Lebih lanjut diungkapkan oleh Tjiptono (2007: 58) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada 2 (dua) factor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *Expected Service* dan *Perceived Service*. Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan (perceived) sesuai dengan yang diharapkan (*Expected*), maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal dan begitu pula sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Pada umumnya, semakin lama seorang pelanggan bertahan pada suatu perusahaan, semakin berharga pelanggan tersebut

Adanya pelayanan yang berkualitas tentunya akan meningkatkan jumlah pembelian yang dalam hal ini akan memicu peningkatan jumlah kendaraan di Gorontalo. Peningkatan jumlah kendaraan bermotor yang ada saat ini dapat memacu para perusahaan motor yang ada untuk lebih gencar lagi dalam berlomba-lomba memasarkan produk mereka. Di Gorontalo setidaknya ada beberapa brand sepeda motor terkenal yang telah lama menjadi idola masyarakat luas seperti yamaha, honda suzuki,

dan kawasaki. Banyaknya perusahaan sepeda motor yang ada tentunya selaras pula dengan peningkatan persaingan bisnis diantara brand-brand terkenal tersebut. Sehingga menuntut semua perusahaan untuk lebih agresif dan berani dalam mengambil keputusan serta menerapkan strategi perusahaannya sehingga bisa menjadi lebih unggul dari para pesaing.

Berbicara tentang pelayanan tidak terlepas dari perusahaan yang mampu memberikan pelayanan jasa, seperti pelayanan yang diberikan oleh PT Hasrat Abadi Divisi Yamaha Motor Cabang Telaga. PT Hasrat Abadi pada mulanya hanya bergerak pada barang kebutuhan masyarakat sehari-hari. Kemudian dalam waktu singkat perusahaan ini pun telah mengalami suatu kemajuan yang pesat dan usahanya mulai diperluas dengan memasukan barang-barang merk Toyota dan sepeda motor merk Yamaha.

PT Hasrat Abadi Divisi Yamaha Motor Cabang Telaga yang selalu melayani para konsumen mereka dan yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga PT Hasrat Abadi Divisi Yamaha Motor Cabang Telaga harus mampu bersaing dengan perusahaan motor lainnya sehingga PT Hasrat Abadi Divisi Yamaha Motor Cabang Telaga harus mampu menerapkan strategi kualitas pelayanan yang akan mereka terapkan kepada konsumen mereka. Karena kualitas pelayanan juga kadangkala menjadi salah satu faktor yang bisa membuat para konsumen enggan membeli produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

Dilihat dengan kondisi para konsumen saat ini yang lebih obyektif lagi dalam menggunakan produk yang nantinya akan mereka gunakan sehingga dapat mendorong PT Hasrat Abadi Divisi Yamaha Motor Cabang Telaga harus mampu memenuhi harapan para konsumen yang ada salah satu caranya dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan adanya pelayanan prima yang demikian akan mengakumulasikan tingkat kepuasan konsumen sehingga menimbulkan rasa kepercayaan yang terus meningkat terhadap perusahaan. Akhirnya dapat berdampak pada meningkatnya jumlah pembelian bagi perusahaan.

Dari hasil observasi awal yang dilihat oleh peneliti pada PT Hasrat Abadi Divisi Yamaha Motor Cabang Telaga, pelayanan yang mereka tawarkan sudah cukup baik, tetapi ada beberapa kendala yang mereka hadapi seperti kurangnya fasilitas yang memadai, atau kurangnya komunikasi lagi antara karyawan dengan calon pembeli sehingga dapat menyebabkan terjadinya suatu kendala dalam pelayanan yang mereka tawarkan. Selain itu, masalah yang terjadi juga dapat dilihat dari ketidakpuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan sebab pelanggan yang merasa tidak diperhatikan atau tidak dilayani, tuturkata yang tidak tepat, tidak cekatan, tidak menepati janji, dan fasilitas yang tidak memadai.

Dengan melihat fenomena yang ada diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “***Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan PT Hasrat Abadi Divisi Yamaha Motor Cabang Telaga***”

1.2 Fokus Penelitian

Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas terlihat suatu permasalahan namun agar penelitian ini terarah dan mencapai sasaran seperti yang diharapkan, maka peneliti menganggap perlu memberikan batasan pada ruang lingkup penelitian. Penelitian ini difokuskan pada Peningkatan Kualitas Pelayanan PT Hasrat Abadi Divisi Yamaha Motor Cabang Telaga di lihat dari strategi yang digunakan oleh perusahaan yang dapat meningkatkan dimensi kualitas pelayanan secara keluruhan menggunakan analisis EFAS, IFAS dan matriks SWOT.

1.3 Rumusan Masalah

Dilihat dari latar belakang masalah maka penulis dapat merumuskan masalah yaitu bagaimana strategi peningkatan kualitas pelayanan pada PT. Hasrat Abadi Divisi Yamaha Motor Cabang Telaga?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan PT Hasrat Abadi Divisi Yamaha Motor Cabang Telaga .

1.5 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis penelitian ini bermanfaat untuk:
 - a. Memberikan suatu kontribusi pemikiran bagi para perusahaan agar dapat lebih memperhatikan lagi peningkatan kualitas pelayanan mereka.

- b. Untuk membawa perubahan baru dalam sistem kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh PT Hasrat Abadi Divisi Yamaha Motor Telaga.
2. Secara praktis penelitian ini bermanfaat untuk:
- a. Memberikan solusi pemikiran dalam perbaikan pelayanan agar dapat meningkatkan minat beli konsumen.
 - b. Bagi perusahaan merupakan suatu kontribusi yang dapat digunakan dalam meningkatkan minat beli konsumen.