

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Lingkungan global yang berubah semakin cepat saat ini menyebabkan setiap perusahaan, termasuk bisnis industri dan jasa terus berupaya mencari cara yang inovatif guna mencapai keunggulan kompetitif, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan efisiensi tanpa mengorbankan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dipertimbangkan sebagai faktor penting dalam menciptakan kepuasan konsumen yang pada akhirnya menumbuhkan loyalitas pelanggan dalam diri konsumen.

Industri jasa pada saat ini merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan pertumbuhannya pun sangat pesat. Pertumbuhan tersebut selain diakibatkan oleh pertumbuhan jenis jasa yang sudah ada sebelumnya, juga disebabkan oleh munculnya jenis jasa baru, sebagai akibat dari tuntutan dan perkembangan zaman.

Dipandang dari segi konteks globalisasi, pesatnya pertumbuhan bisnis jasa antar negara ditandai dengan meningkatnya intensitas pemasaran lintas Negara serta terjadinya aliansi berbagai penyedia jasa.

Perkembangan tersebut pada akhirnya mampu memberikan tekanan yang kuat terhadap perombakan regulasi, khususnya pengenduran proteksi dan pemanfaatan teknologi baru yang secara langsung akan berdampak pada menguatnya kompetisi dalam industri. Kondisi ini secara langsung menghadapkan para pelaku bisnis kepada permasalahan persaingan usaha yang semakin tinggi.

Mereka dituntut untuk mampu mengidentifikasi bentuk persaingan yang akan dihadapi, menetapkan berbagai standar kinerjanya serta mengenali secara baik para pesaingnya (Ratih Hurriyati, 2010:41).

Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Atmawati dan Wahyuddin, 2007).

PT. Sucofindo (Persero) Cabang Medan sebuah BUMN Indonesia yang bergerak dalam bidang jasa yang memberikan pelayanan berupa inspeksi dan audit, pengujian dan analisis, sertifikasi, pelatihan dan konsultasi bisnis. Jumlah pelanggan yang dimiliki oleh PT. Sucofindo (Persero) Medan adalah 720 orang.

Bisnis jasa yang dimiliki Sucofindo adalah *cargo* pergudangan dan inspeksi, kemudian melalui analisis *study* dan inovasi PT. Sucofindo Cabang (Persero) Medan melakukan deversifikasi jasa, sehingga lahir jasa-jasa pergudangan ekspedisi dan analisis laboratorium. PT. Sucofindo (Persero) Cabang Medan juga menyediakan jasa pengadaan mesin, industri dan laut, pengasapan atau pengendalian hama, serta industrial kebersihan atau pengecekan standar kesehatan industri.

Loyalitas pelanggan adalah suatu ukuran kesetiaan dari pelanggan dalam menggunakan suatu merek produk atau merek jasa pada kurun waktu tertentu pada situasi dimana banyak pilihan produk ataupun jasa yang dapat memenuhi

kebutuhannya dan pelanggan memiliki kemampuan (Wahyu Nugroho, 2005 : 11). Selanjutnya, pada tahap berikutnya pelanggan yang loyal harus tetap dibina dengan terciptanya komunikasi yang baik berupa penyampaian informasi dan *service* yang memuaskan kepada pelanggan sehingga pelanggan loyal, dan hal tersebut akan memperluas “kesetiaan” mereka kepada produk atau jasa lainnya. Menurut fenomena yang diamati, bahwa PT. Sucofindo Cabang (Persero) Medan mengalami adanya keterlambatan pelayanan atas pengendalian hama, sehingga para pelanggan mengeluh terhadap sikap pelayanan yang kurang tepat waktu.

Adanya keluhan-keluhan tersebut di atas diharapkan dapat membuat perusahaan akan segera mengoreksi kekurangan-kekurangan serta kesalahannya yang akan menjadikan sebuah ide-ide baru dari keluhan yang disampaikan oleh para pelanggan guna memperbaiki mutu serta meningkatkan kualitas pelayanan pada PT. Sucofindo (Persero) Cabang Medan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu proses atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat dirasakan secara langsung hasilnya, yang pada akhirnya memenuhi harapan pelanggan (Hary Tjiptono, 2000 : 90). Pelayanan juga menjadi faktor penting dalam menjaga pelanggan agar tetap loyal dalam membeli barang yang dihasilkan oleh perusahaan PT. Sucofindo (Persero) Cabang Medan. Dengan adanya pelayanan yang buruk menyebabkan para pelanggan yang telah bekerjasama dengan PT.Sucofindo (Persero) Cabang Medan merasa tidak puas. Pandangan pelanggan PT. Sucofindo (Persero) Cabang Medan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan masih sangat kurang baik, yaitu melalui pelayanan *customer relations* (CR) yang kurang efektif dan efisien dalam

melaksanakan tugas dan tanggung jawab mereka sebagai *customer relations* (CR). Para pelanggan sangat berharap bahwa kualitas pelayanan pada PT. Sucofindo (Persero) Cabang Medan dapat diperbaiki sebaik mungkin.

Kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pembeli (Kotler dan Armstrong, 2003 : 10). Bila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan, pembeli tidak akan merasa puas. Bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, konsumen akan merasa puas atau merasa amat gembira. Umumnya pelanggan yang merasa tidak puas, akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Menurut fenomena yang diamati, bahwa para pelanggan merasa tidak puas atas pelayanan karyawan dari pihak perusahaan terhadap pelanggan dilihat dari jasa yang tersedia di perusahaan tersebut. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya (Atmawati dan Wahyuddin, 2007).

Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik - baiknya. Loyalitas pelanggan sangat penting diperhatikan, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan pelayanannya dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan ini ke dalam bentuk skripsi penelitian yang akan penulis susun yaitu: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Sucofindo (Persero) Cabang Medan”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diatas, maka rumusan masalah yang perlu diteliti adalah Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Sucofindo (Persero) Cabang Medan ?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini membahas tentang apakah pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara partial dan simultan terhadap loyalitas pelanggan.

Identifikasi variabel-variabel dilakukan berdasarkan teori yang relevan dan penelitian-penelitian sebelumnya sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini dibatasi pada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Sucofindo (Persero) Cabang Medan antara lain :

1. Variabel Bebas

Variabel bebas : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan yaitu :

X_1 : Kualitas Pelayanan

X_2 : Kepuasan Pelanggan

2. Variabel Terikat : Loyalitas Pelanggan (Y)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan (Y) dengan objek penelitian adalah PT. Sucofindo (Persero) Cabang Medan di Jl. Gatot Subroto KM 5,5 No.105 Medan dan periode pengumpulan data pada bulan November 2014-2015.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Sucofindo (Persero) Cabang Medan.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan sumbangsih pemikiran serta referensi tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan maupun loyalitas pelanggan di PT. Sucofindo (Persero) Cabang Medan.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk perusahaan agar perusahaan dapat terus meningkatkan loyalitas pelanggan.