

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis di era globalisasi saat ini semakin tajam serta memberikan tantangan tersendiri bagi perusahaan untuk menjadi yang terbaik dalam pemasaran masa kini. Perusahaan diuntut agar mampu bertahan dengan cara memahami segala kemajuan yang ada serta tentunya memberikan pengaruh terhadap perusahaan untuk berkembang lebih baik dalam memasarkan produk. Adanya permintaan yang cukup beragam dari pelanggan memaksa perusahaan untuk melakukan berbagai cara agar mendapat loyalitas dari calon pelanggan. Ketika perusahaan mampu mempengaruhi pelanggan untuk menjadi pelanggan tetap, maka mereka akan melakukan transaksi secara terus menerus. Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai “keputusan pelanggan untuk terus membeli dari suatu organisasi dalam jangka waktu yang lama (Lovelock serta Wright,2007:133). Mempertahankan pelanggan saat ini lebih penting daripada strategi agresif seperti memperluas ukuran pasar dengan menarik pelanggan baru karena pentingnya loyalitas pelanggan untuk kelangsungan hidup serta pertumbuhan bisnis di masa depan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:195).

Untuk menjalankan persaingan dengan sukses, perusahaan perlu menunjukkan dominasinya atas perusahaan pesaing. Mencapai metode kerja yang baik, di mana perusahaan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara maksimal untuk memotong biaya tanpa mengorbankan kualitas, merupakan indikasi yang jelas tentang keunggulan perusahaan. Hal ini memungkinkan harga perusahaan bersaing dengan penawaran perusahaan pesaing. Hal ini menyebabkan tujuan perusahaan secara ideal dapat terealisasi dalam memperoleh laba dengan lebih besar.

Dengan kondisi tersebut, maka perusahaan tidak dapat tinggal diam begitu saja menunggu pelanggan. Tuntutan pelanggan dalam mencari produk atau layanan terbaik untuk kebutuhan mereka adalah penyebabnya. Oleh karena itu, perusahaan tidak boleh hanya fokus pada perluasan basis konsumen mereka tetapi juga pada

kepuasan pelanggan mereka saat ini sehingga mereka tetap setia pada merek tersebut.

Hal tersebut juga berlaku bagi perusahaan di bidang MikroTik yaitu PT. Sinar Mitra Cendekia yang dalam hal ini melakukan penjualan *Router Board, Switches, Access Point, Adapter* sebagai distributor. Perusahaan ini selalu melakukan transaksi dengan Dealer, SIP (*Internet Service Provider*), SI (*Sistem Integrator*), serta juga pelanggan dari toko online (*marketplace*). Kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan sangat penting bagi perusahaan yang beroperasi di sektor ini. Alasannya karena persepsi konsumen terhadap suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang mereka terima. Pelanggan yang senang dengan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan berada dalam posisi utama untuk menyebarkan informasi positif dari mulut ke mulut tentang bisnis tersebut kepada pelanggan baru yang potensial. Tentu saja hal itu akan menguntungkan bagi perusahaan.

Ketika kita berbicara tentang "kualitas layanan", kita mengacu pada sejauh mana kita secara konsisten melebihi harapan pelanggan kita. Oleh karena itu diperlukan lima dimensi kualitas pelayanan yang ditetapkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry 1988 (dalam Tjiptono dan Chandra, 2005: 133) yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

PT. Sinar Mitra Cendekia sebagai salah satu Distributor MikroTik pasti selalu menginginkan produk cepat terjual serta pelanggan tetap setia agar menjaga hubungan jangka panjang. Namun untuk mencapai itu semua tidaklah mudah. PT. Sinar Mitra Cendekia menghadapi beberapa masalah, diantaranya banyaknya kompetitor yang menjual produk yang sama dengan harga yang sama atau bahkan lebih rendah. Meskipun begitu, saat ini banyak pelanggan yang tidak memandang harga tetapi lebih mencari kenyamanan dalam bertransaksi seperti keamanan produk, kelebihan yang di terima, bagaimana mereka di perlakukan saat sedang menjalin transaksi sampai pada titik pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang di berikan. Perusahaan yang peduli dengan pelanggannya dan bekerja tanpa lelah

untuk memastikan kebutuhan pelanggan terpenuhi akan mendapatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Sebagai distributor yang menghadapi persaingan ketat, memberikan layanan yang memenuhi harapan pelanggan adalah prioritas utama. Sebagai distributor perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan dan penyediaan fasilitas yang diberikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Survei Kualitas Pelayanan Terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan Pada PT. Sinar Mitra Cendekia di Jakarta Pusat”.

1.2 Rumusan Masalah

Sebagaimana latar belakang diatas yang membahas tentang survei kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan Pelanggan, maka permasalahan yang akan di teliti yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan yang di berikan oleh PT. Sinar Mitra Cendekia sudah baik (memuaskan hati pelanggan)?
2. Apakah kualitas pelayanan yang di berikan oleh PT. Sinar Mitra Cendekia membuat pelanggan menjadi pelanggan tetap?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis membatasi hanya pada bagaimana kualitas pelayanan yang di berikan PT. Sinar Mitra Cendekia terhadap pelanggan sehingga mendapatkan hubungan yang berkelanjutan.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang di berikan oleh PT. Sinar Mitra Cendekia terhadap pelanggan.
2. Untuk mengetahui keefektifan kualitas pelayanan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis : Untuk menambah pengetahuan atau wawasan serta memberikan pengalaman bagi penulis sebagai bekal dalam mempersiapkan diri sebelum terjun dalam dunia kerja.
2. Bagi Universitas : Sebagai referensi serta informasi tambahan bagi mahasiswa mengenai pentingnya kualitas pelayanan dalam kehidupan.
3. Bagi perusahaan : Memperoleh masukan serta ilmu tambahan yang dapat di gunakan untuk memperoleh keuntungan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan.

1.6 Metode Penelitian

Di dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan metode studi lapangan dengan mengamati kegiatan pelayanan secara langsung sehingga memperoleh data-data yang akurat serta relevan. Cara pengumpulan datanya adalah menggunakan kuesioner.

1.7 Sistematika Penulisan

Di dalam penelitian ini memiliki 5 bab yang setiap bab nya terdiri dari sub-bab serta anak-anak bab. Adapun uraian dari setiap bab adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini, penulis akan menguraikan tentang teori-teori serta referensi pendukung yang di gunakan dalam melakukan penelitian tugas akhir ini yang di dalamnya memuat pengertian kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan serta keputusan pembelian.

BAB III: TINJAUAN PERUSAHAAN

Bab III ini akan menguraikan tentang gambaran umum PT. Sinar Mitra Cendekia antara lain, sejarah, visi serta misi, struktur organisasi serta kegiatan serta produk apa yang jual oleh PT. Sinar Mitra Cendekia.

BAB IV: PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan data serta hasil yang di peroleh mengenai kualitas pelayanan yang di berikan oleh PT. Sinar Mitra Cendekia dalam mempengaruhi pengambilan keputusan pelanggan.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis akan mengambil kesimpulan dari pembahasan yang telah dilakukan serta mencoba memberi saran-saran yang dapat bermanfaat serta membangun bagi pembaca.

