

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional/global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik daripada para pesaingnya. Produk dengan mutu jelek, harga yang mahal, penyerahan produk yang lambat bisa membuat pelanggan tidak puas, walaupun dengan tingkatan yang berbeda.

Karena pasar kini semakin kompetitif, kelangsungan suatu bisnis mutlak tergantung dari ada tidaknya perhatian yang besar terhadap kebutuhan pelanggan. Upaya ini tampaknya mahal dan malah membebani perusahaan, terutama dalam usaha memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara maksimal namun upaya ini perlu dilakukan jika perusahaan itu ingin sukses dalam menjalankan usahanya.

Pada umumnya setiap perusahaan yang bergerak dibidang jasa, maka pelayanan merupakan sesuatu yang sangat berperan sekali dalam memberikan kontribusi terhadap perusahaan tersebut. Dengan adanya pelayanan yang baik maka perusahaan tersebut akan banyak menarik pelanggan dan akhirnya akan memberikan profitabilitas yang tinggi bagi perusahaan.

Baik buruknya citra perusahaan dimata pelanggan tergantung pada pelayanan sehari-hari. Dalam hal ini dapat ditingkatkan melalui pengembangan dan penciptaan prosedur yang bersahabat, relevan, hemat waktu dan tidak berbelit-belit. Penyelesaian masalah yang cepat dan kreatif serta menghadapi pelanggan secara bijaksana dalam situasi yang sulit sekalipun adalah juga merupakan satu point yang positif dari pelanggan tentang penilaiannya terhadap perusahaan.

Dari berbagai penelitian banyak ditemukan bahwa pelayanan merupakan ujung tombak dalam meningkatkan jumlah pelanggan dan pelayanan bisa menjadi semacam promosi yang efektif bagi perusahaan. Karena apabila pelanggan sudah merasa puas terhadap pelayanan yang diterimanya, maka mereka akan mengatakan kepada relasi, teman, ataupun mitra-mitra kerjanya terhadap produk yang telah dibelinya. Pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan pelanggan bukanlah suatu hal yang mudah dilakukan, sering didapati masalah-masalah dalam pengelolaan pelayanan sebuah perusahaan dan ketidakberhasilan dalam memuaskan sebagian besar pelanggan mereka.

Dengan adanya penilaian yang positif dari pelanggan terhadap perusahaan akan menjadikan pelanggan tersebut tetap bertahan menjadi pelanggan yang setia akan jasa yang telah perusahaan hasilkan. Mempertahankan seorang pelanggan adalah jauh lebih sulit dibandingkan apabila kita mencari pelanggan yang baru. Maka disini bisa dikatakan bahwa citra perusahaan sedikit banyak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan untuk memakai jasa suatu perusahaan.