

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Penelitian ini mengamati kualitas pelayanan dan jaminan terhadap kepuasan konsumen (pelanggan) di PT. Ika Utama Transfer Express. Latar belakang penelitiannya adalah untuk mengetahui penilaian konsumen tentang kualitas pelayanan dan jaminan yang diberikan oleh pihak perusahaan serta kepuasan yang dapat dirasakan oleh konsumen. Hal ini penting sebagai acuan dalam membenahan pelayanan agar dapat memberikan kepuasan optimal. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan. Kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggannya. Kualitas dan jaminan merupakan inti kelangsungan hidup sebuah lembaga. Gerakan revolusi mutu (kualitas) melalui pendekatan manajemen mutu terpadu menjadi tuntutan yang tidak boleh diabaikan jika suatu lembaga ingin hidup dan berkembang.

Persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa/layanan untuk selalu memanjakan konsumen/pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik karena para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang

terbaik kepadanya. PT. Ika Utama Transfer Express merupakan sebuah lembaga bisnis yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang, biro perjalanan wisata (*travel*) toko (*retail*) dan penyelenggara acara (*event organizer*). Lembaga ini mempekerjakan beberapa orang karyawan dan fasilitas pelayanan yang disediakan meliputi jasa pengiriman barang, jasa pengiriman paket/dokumen dan jasa biro perjalanan wisata yang bekerjasama dengan penerbangan Lion Air dan Merpati Airlines dan lembaga ini merupakan salah satu dari lembaga jasa yang ada di kota Medan.

Masalah yang terjadi bahwa sebagai sebuah lembaga jasa pelayanan yang banyak memiliki banyak pesaing dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan jaminan yang diberikan agar kepuasan konsumen menjadi meningkat. Pihak perusahaan perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Dalam lingkungan kompetitif sekarang ini disaat kita menghadapi pasar bebas maka kualitas pelayanan terhadap pelanggan (*consumer*) harus menjadi titik perhatian bagi setiap lembaga. Kepuasan konsumen harus ditata sedemikian penting untuk eksistensi suatu perusahaan atau lembaga. Dalam bidang pemasaran pengembangan suatu produk jasa sangatlah penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu bangsa. Jasa pada dasarnya bersifat *intangible* maka setiap orang yang mengkonsumsikannya memiliki pengalaman yang berbeda-beda terhadap produk yang sama. Untuk itulah kualitas jasa pelayanan harus menjadi hal yang