

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis bus antar kota dan lintas provinsi baik yang kecil maupun yang besar sangat ketat dalam dewasa ini. Keputusan untuk menggunakan jasa bus antar kota lintas provinsi yang baik dan sesuai dengan kebutuhan adalah jawaban yang tepat dari masalah kebutuhan yang banyak dirasakan konsumen saat ini. Oleh karena itulah membangun pelayanan terhadap konsumen yang baik sangatlah penting untuk meraih pangsa pasar yang diharapkan oleh perusahaan.

Pelayanan yang baik di mata konsumen dibutuhkan perusahaan untuk membangkitkan kenyamanan pelanggan terhadap perusahaan. Pelanggan yang telah memiliki kenyamanan kepada perusahaan cenderung melakukan transaksi berulang dan mencari apa yang dibutuhkannya kepada perusahaan tersebut. Perusahaan perlu untuk menjaga pelayanan ini karena dengan menjaga pelayanan terhadap pelanggan berarti merupakan sebuah usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Upaya mempertahankan pelayanan pelanggan ini merupakan upaya strategi yang lebih efektif dibandingkan dengan upaya menarik pelanggan baru.

Pelayanan merupakan faktor utama yang menentukan terjadinya kenyamanan antara penyedia jasa dan penggunaannya. Pelayanan merupakan pondasi dari bisnis. Membangun pelayanan dalam hubungan jangka panjang dengan pelanggan adalah suatu faktor yang penting untuk menciptakan

kenyamanan pelanggan. Pelayanan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain / mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan.

Masih banyak perusahaan memelihara pelayanan terhadap pelanggan hanya memandang kepada atribut-atribut yang berkaitan dengan produk atau jasa itu sendiri, tanpa mempertimbangkan citra perusahaan di mata pelanggan. Dimana konsumen dapat mempercayai secara utuh, tidak hanya kepada produk atau jasa semata, juga kepada perusahaan yang memproduksinya. Persepsi masyarakat yang baik terhadap sebuah perusahaan merupakan asset yang begitu berharga dewasa ini, sebab bagi setiap perusahaan citra merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk di benak masyarakat tentang perusahaan. Perusahaan sudah seharusnya menyadari arti penting pelayanan terhadap konsumen yang terbentuk sebagai keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan bisnis. Perusahaan perlu membangun, mengelola, dan memelihara pelayanan terhadap konsumen seiring dengan semakin ketatnya persaingan bisnis. Oleh karena itu, dalam usaha memenangkan persaingan bisnis yang sangat berkembang ini kualitas jasa bukan lagi menjadi aspek yang dapat dibanggakan, karena setiap pelaku bisnis pasti dapat membuat jasa dengan kualitas yang sangat tinggi. Kualitas sudah merupakan standar yang dengan mudah dan cepat dapat dimiliki oleh setiap pelaku bisnis. Pelayanan perusahaan terhadap konsumen yang baik yang telah terekam dalam benak konsumen merupakan hal yang sulit untuk ditiru karena kedua hal ini akan mendorong terjadinya pembelian ulang.