

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Pada saat sekarang ini persaingan bagi perusahaan pelayanan jasa sangat ketat sekali, untuk itu setiap perusahaan dituntut untuk dapat selalu bersaing agar bisa meningkatkan jumlah nasabah dan jumlah pendapatannya. Salah satu cara untuk dapat meningkatkan dan mempertahankan nasabahnya adalah dengan meningkatkan kebijaksanaan pemasaran yang mengacu kepada kepuasan pelanggan. Banyak perusahaan sekarang ini kurang mengerti akan pentingnya pelayanan bagi para nasabah. Padahal sudah jelas dan nyata tanpa para nasabah suatu perusahaan di bidang jasa tidak akan berjalan dengan sempurna.

Kebijaksanaan pemasaran adalah bagaimana pimpinan menelaah variabel-variabel dalam pemasaran guna mencapai tujuan. Dalam hal ini pimpinan haruslah bijaksana, yang artinya harus lebih dahulu merencanakan tentang pekerjaan apa yang akan dilaksanakan yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran tersebut, yang dimulai dari kebijaksanaan produk sampai kepada penjualan ke konsumen untuk memenuhi serta memberikan kepuasan pada saat dan tempat yang tepat.

Kepuasan dari nasabah kini menjadi terminologi yang mendapat posisi khusus karena adanya perubahan yang terjadi ~~dan~~ mencetus di dalam pasar. Untuk mengimbangi perubahan pasar tersebut, maka dibutuhkan suatu strategi jitu, dalam hal ini adalah memberikan pelayanan kepada nasabah dengan lebih intensif lagi, pasar yang dimaksud adalah *stakeholder*.

Perubahan pasar juga menuntut adanya perubahan dan peningkatan pelayanan. Hal yang paling nyata adalah terbitnya Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mewajibkan para pelaku usaha untuk memperhatikan kepentingan para nasabah atau konsumen dan tidak terkecuali para nasabah Perum Pegadaian.

Perum Pegadaian adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara yang cukup terkenal dalam masyarakat. Oleh sebab itu perusahaan ini harus berusaha untuk menghadapi tantangan-tantangan yang akan terjadi. Tugas yang dihadapi tidak semakin ringan, justru semakin berat dimana terbitnya Undang-Undang Nomor 9 tahun 1999 tentang penghapusan anti Monopoli. Maka Perum Pegadaian bukan lagi monopoli dari pemerintah dan akan terbuka lebar bagi para pesaing lain untuk mendirikan usaha sejenis. Perusahaan ini harus dapat memenuhi segala keinginan dan selera bagi nasabahnya, terlebih-lebih dalam hal sistem pelayanan.

Mengingat pentingnya kebijaksanaan pemasaran bagi suatu perusahaan maka perusahaan harus menentukan suatu pola kebijaksanaan pemasaran yang baik agar permintaan maupun kebutuhan nasabah atau masyarakat akan jasa pelayanannya dapat terus meningkat.

Bagi Perum Pegadaian Kampung Lalang kebijaksanaan pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam meningkatkan jumlah nasabah. Memang nasabah pada saat ini telah mengalami berbagai perubahan yang sangat signifikan, yang mana perubahan tersebut harus disambut dengan peningkatan kualitas pelayanan. Hal ini