

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam situasi perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang sangat ketat. Perusahaan harus memilih cara yang tepat menetapkan kualitas pelayanan terhadap loyalitas dari perusahaan. Keadaan ini menyebabkan perusahaan harus dapat bertahan untuk kelangsungan perusahaan itu sendiri dalam persaingan dengan perusahaan lain, terutama perusahaan di bidang jasa. Intensitas persaingan dari pesaing menuntut perusahaan agar memperhatikan kebutuhan konsumen dan berusaha memenuhi semua harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing lain. Dengan demikian, hanya perusahaan berkualitas yang mampu merebut pangsa pasar. Kunci keberhasilan perusahaan terletak pada pelanggan sehingga perusahaan lebih meningkatkan kualitas pelayanannya.

Para eksekutif pemasaran harus dapat mengembangkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Mereka harus dapat memenuhi tuntutan konsumen tentang pelayanan yang lebih baik dan memuaskan serta dapat menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para konsumen. Bisnis jasa ini mampu menciptakan dan menyerap banyak tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran.

Lingkungan global yang berubah semakin cepat saat ini menyebabkan setiap perusahaan, termasuk bisnis jasa dalam bidang pelapisan mencoba mencari cara yang inovatif guna mencapai keunggulan kompetitif, meningkatkan loyalitas pelanggan,

dan meningkatkan efisiensi tanpa mengorbankan kualitas pelayanan. Perusahaan ini menjual jasa pelapisan logam dan non logam.

Perusahaan perlu membuat strategi agar dapat memenangkan persaingan dalam merebut pangsa pasar. Perusahaan juga perlu mengetahui perilaku konsumen untuk mengetahui sejauh mana tingkat kebutuhan, keinginan, dan kepuasan konsumen terhadap pemilihan suatu jasa. Perusahaan juga perlu mengetahui perilaku dan loyalitas konsumen sangat diperlukan, mengingat keberhasilan suatu usaha bukan dibutuhkan oleh produsen saja, tetapi justru dikehendaki dan dibutuhkan konsumen. Karena konsumenlah yang sebenarnya menentukan sukses tidaknya suatu perusahaan. Loyalitas pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dalam memberi pelayanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. Agar pelanggan dapat dipertahankan, tentu harus dilakukan dengan langkah-langkah pelayanan yang optimal bagi pelanggan.

Perubahan lingkungan persaingan dapat mengakibatkan perubahan perilaku konsumen, pendapatan masyarakat secara perlahan-lahan bertambah, perkembangan pendidikan, kemajuan teknologi, pengaruh hubungan sosial yang semakin luas adalah beberapa faktor yang memungkinkan terjadinya perubahan perilaku konsumen.

Dalam fungsi pemasaran, pelayanan yang berkualitas memegang peranan yang sangat penting. Untuk itu kemampuan merumuskan dan menyusun program-program pemasaran yang tepat merupakan salah satu masalah utama dalam menciptakan proses pertukaran antara produsen dan konsumen. Salah satu cara untuk menuju

keberhasilan kegiatan pemasaran adalah dengan memahami perilaku konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas setelah bertransaksi.

Kualitas pelayanan yang baik merupakan satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar. Perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan membuat persaingan produk semakin meningkat tajam. Perusahaan-perusahaan tersebut dengan berbagai jalan berusaha untuk mendapatkan konsumen yang baru dan berusaha untuk mempertahankan konsumen yang lama atau dengan kata lain perusahaan-perusahaan tersebut berusaha mendapatkan loyalitas dari konsumen. Loyalitas konsumen merupakan sesuatu yang sangat diperlukan oleh perusahaan.

Banyaknya permintaan pengerjaan jasa untuk proses pelapisan kimia (*electroplating*) terhadap suatu barang membuat permintaan akan pelapisan kimia untuk barang-barang industri semakin meningkat. *Electroplating* merupakan proses pelapisan logam di atas logam dan non logam. Biasanya proses seperti ini dilakukan pada beberapa jenis barang industri, yaitu barang-barang otomotif (knalpot, rem, body, dan lain-lain), aksesoris garment (kancing, retsleting, dan lain-lain), peralatan rumah/ *home ppliance* (furniture, perabot rumah tangga, dan lain-lain), part untuk pesawat terbang (sayap pesawat, dan lain-lain), dan masih banyak lagi.

PT. Ladang Kimia adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pelapisan untuk barang-barang industri. Seiring dengan tumbuh berkembangnya industri-industri yang disebutkan di atas, proses *electroplating* menjadi solusi utama dalam mengatasi permasalahan akan barang-barang pelengkap untuk setiap jenis industri yang disebutkan di atas.

Keinginan untuk mendapatkan konsumen yang loyal terhadap perusahaan juga dialami oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pelapisan logam dan non

logam. Karena pada saat ini begitu banyak bermunculan perusahaan jasa pelapisan. Sehingga kemungkinan pelanggan untuk berpindah pada perusahaan lain menjadi lebih besar. Berdasarkan latar belakang masalah di atas dan melihat pentingnya loyalitas pelanggan bagi perusahaan, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. LADANG KIMIA, BANDUNG “

1.2 Identifikasi Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ladang Kimia?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ladang Kimia?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ladang Kimia.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Ladang Kimia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Untuk mengaplikasikan teori yang sudah diperoleh selama studi di Perguruan Tinggi dengan penerapan kasus-kasus nyata dalam perusahaan pelayanan jasa.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi atau masukan bagi pihak perusahaan dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

3. Bagi pihak lain

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi untuk menelaah unsur-unsur yang berkaitan dengan topik ini lebih dalam.