

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada situasi yang penulis amati pada beberapa periode ini, dibanyak perusahaan jasa terdapat kesenjangan antara harapan dengan kegagalan. Kemungkinan / peluang untuk terjadinya hal berikut adalah sudah seharusnya dihindari oleh mereka. Yang seharusnya adalah menciptakan situasi yang kompetitif ini menjadi lebih terarah pada fokus di bidang yang benar-benar menjadi keahlian dari perusahaan tersebut, dan bukan dengan menjadikan dunia persaingan ini menjadi lebih berantakan.

Seperti yang dapat kita lihat, banyak perusahaan yang mengembangkan perusahaannya tidak pada jalur yang sama, kemungkinan besar hal ini terjadi karena pengusaha sudah mulai bingung dengan kondisi pasar yang ada sekarang dan tidak merasa mampu untuk bersaing di pasar tersebut. Atau bahkan mungkin justru yang sebaliknya, yaitu pengusaha tersebut memiliki keahlian dan merasa adanya peluang besar yang bisa diandalkan di situasi persaingan ketat ini.

Dengan adanya spesialisasi / keahlian dari pengusaha tersebut, akan secara tidak langsung membuat perusahaannya lebih mementingkan kepuasan konsumen, sehingga konsumen merasa dihargai, dan hal inilah yang memancing minat konsumen untuk mengkonsumsi produk dari perusahaan tersebut. Dan karena begitu pentingnya hal ini, maka dalam persaingan perusahaan jasa, bisa menjadi suatu trend yang sangat berguna.

Salah satu usaha yang bisa dilakukan oleh pengusaha untuk memperjuangkan perusahaannya, adalah dengan memperuncing tombak yang merupakan sales forces ahli dari perusahaan jasa tersebut. Memperuncing tombak, bukan berarti tidak memperhatikan kesatuan dari batang tombak, dimana yang menjadi batang tombak tersebut adalah para manajer / pemimpin. Maka dapat digambarkan secara singkat, bahwa kesatuan para pemimpin perusahaan adalah penting, agar ujung tombak menjadi kuat dan kokoh pada saat menusukkan / menancapkan tombak tersebut pada pangsa pasar perusahaan jasa tersebut.

Dari uraian singkat di atas, dapat kita simpulkan akan pentingnya perusahaan untuk mempertahankan daya juang dari sales forces dari perusahaannya, baik itu dengan penyaringan sales forces dengan lebih ketat ataupun dengan langkah training / seminar. Karena dengan pengupayaan sales forces yang ahli, maka akan terbentuk suatu grafik yang meningkat secara positif, yaitu meningkatkan pemesanan ulang konsumen.

Dan dengan adanya kesenjangan harapan dan kegagalan inilah skripsi ini dibentuk. Karena seperti yang dialami oleh beberapa kerabat penulis yang mengalami suatu ketidak-baikkan pelayanan di suatu perusahaan jasa persewaan kendaraan di Bandung, sehingga hal ini dijadikan suatu kesan yang buruk untuk perusahaan tersebut, dan mengakibatkan terjadinya komunikasi “mouth-to-mouth” yang buruk oleh konsumen kepada rekan-rekannya dan hal itu tidak sesuai dengan harapan perusahaan. Dari pengalaman tersebut, dapat dinilai bahwa pelayanan sales forces di perusahaan tersebut adalah tidak sesuai dengan harapan konsumennya.

Maka dalam mengupayakan nilai pelayanan jasa yang optimal, perusahaan harus mampu menangkap keinginan / kebutuhan konsumennya. Sehingga segala keinginan dan

kebutuhan konsumen tersebut dapat terpuaskan oleh pihak perusahaan. Kepuasan konsumen menjadi fokus utama bagi perusahaan jasa. Bagi perusahaan jasa, seorang pelanggan yang loyal adalah salah satu aset yang besar bagi perusahaan. Salah satu faktor penting untuk membuat pelanggan loyal adalah dengan terus menerus berupaya mempertahankan kepuasan konsumen dengan salah satunya memberikan kualitas tenaga penjualan yang optimum bagi konsumennya. Banyaknya usaha jasa persewaan mobil yang muncul di tengah-tengah masyarakat, memungkinkan konsumen akan lebih leluasa memilih persawaan mobil mana yang akan dipilihnya.

Cipaganti Rental Car & Travel (CRC) adalah salah satu usaha jasa di bidang persewaan kendaraan yang bersegmen pasar pabrikan dan pengguna umum, yang bisa dikatakan terbaik dibidangnya. Dalam melakukan usahanya, CRC selalu berupaya memberikan kualitas penjualan yang terbaik bagi pelanggannya sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumennya tersebut, termasuk juga dengan adanya penetapan prosedur-prosedur untuk pelayanan yang cepat, handal dan nyaman, yang benar-benar mencerminkan perwujudan dari iklannya di media radio, dengan ungkapan “servis tiada tanding!”.

Dengan adanya kualitas penjualan terbaik dan berbagai macam paket yang ditawarkan dan beragamnya motivasi konsumen yang datang ke CRC, maka banyak bermunculan pesaing-pesaing dari usaha jasa rental mobil ini. Keadaan tersebut membawa pemilik perusahaan untuk bersaing memberikan kualitas penjualan yang terbaik agar keinginan pelanggan bisa tercapai. Kualitas penjualan yang baik, selain diharapkan oleh pelanggan, juga merupakan cita-cita dari perusahaan. Karena hal tersebut merupakan salah satu kelebihan atau daya tarik suatu usaha jasa sebagai keunggulan yang

dimilikinya, sehingga pelanggan akan terus melakukan pemesanan ulang disamping citra perusahaan makin meningkat.

Agar dapat bersaing, setiap perusahaan jasa dituntut untuk memberikan kualitas tenaga penjualan yang lebih kepada pelanggan, mempelajari dan memperbaiki segala kekurangan yang ada, mempertahankan konsumen yang telah dimiliki, serta harus selalu kreatif dan tanggap dalam melihat setiap peluang yang ada. Agar dapat merealisasikan tujuannya dan bertahan dalam posisi pasarnya, baik pada saat ini maupun pada masa yang peluang pasarnya masih bisa diperkirakan.

Berdasarkan uraian dan sepiantas latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk menganalisis tentang sejauh mana peranan tenaga penjual dalam meningkatkan pemesanan ulang jasa persewaan kendaraan di CRC. Untuk itu penulis mencoba melakukan penelitian tentang : **"Peranan Tenaga Penjualan (Sales Force) Dalam Meningkatkan Pemesanan Ulang Pengguna Jasa Rental di Cipaganti Rental Car"**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Pokok masalah yang diidentifikasi adalah bagaimana perusahaan dapat mengarahkan sales forces agar lebih bermutu dan bisa mengurangi kesenjangan antara harapan dengan kegagalan. Serta apa saja langkah-langkah yang diperlukan oleh perusahaan kepada sales forces, apabila memang terbukti bahwa sales forces berperan penting dalam mengundang / meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pemesanan ulang

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka terdapat beberapa permasalahan yang dapat dirumuskan, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana peranan tenaga penjualan yang ada pada Cipaganti Rental Car.
2. Berapa besar peranan tenaga penjual (sales force) terhadap keputusan pemesanan ulang pada Cipaganti Rental Car.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kekuatan hubungan antara peranan tenaga penjualan terhadap pemesanan ulang pada Cipaganti Rental Car.
2. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh dari faktor peranan tenaga penjualan pada pemesanan ulang di Cipaganti Rental Car.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini, penyusun mengharapkan agar penelitian dan hasilnya dapat memberikan manfaat untuk :

1. Bagi penyusun

Untuk menambah wawasan, sehingga dapat memperdalam pemahaman tentang konsep-konsep serta teori-teori mengenai masalah yang diteliti.

2. Bagi perusahaan

Sebagai sumbangan pemikiran bagi CRC dalam mengadakan perbaikan (bila ada) pada kegiatan jasa pelayanan yang telah dilakukan perusahaan.

3. Bagi pihak lain

Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi rekan mahasiswa maupun pihak lain yang membutuhkannya sebagai dasar pengetahuan dalam rangka melakukan penelitian sejenis.