

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Fenomena perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat dewasa ini menimbulkan bertambahnya perusahaan yang memasuki pasar jasa. Dampaknya adalah semakin banyak produk jasa yang ditawarkan dalam bentuk pelayanan yang beragam. Kondisi demikian membuat pelanggan dihadapkan kepada berbagai alternative pilihan pembelian dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Sementara dipihak perusahaan menimbulkan iklim persaingan yang semakin tinggi dalam mendapatkan pelanggan.

Persaingan pelayanan terhadap pelanggan semakin ketat, unit-unit pelayanan perusahaan yang dahulu hanya terkesan memberikan pelayanan dengan seadanya kini dituntut mampu melayani kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan prima yang memiliki daya saing untuk mampu berbicara dalam bisnis jasa. Hal tersebut dijadikan tolak ukur untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan dalam hal layanan pelanggan.

Suatu kualitas pelayanan merupakan kualitas yang harus dihubungkan dengan harapan pelanggan dan memuaskan pelanggan, dengan kata lain adalah penting mendengarkan suara pelanggan kemudian membantunya untuk mendapatkan kebutuhannya. Kemampuan profesional para pemberi jasa diuji pada bagian ini, sehingga unit layanan dalam menghasilkan produk jasa harus sesuai dengan harapan pelanggan. Pelangganlah yang berhak menilai kualitas dengan

membandingkan apa yang diterima dan yang diharapkan. Hal ini tentu yang menjadi tantangan bagi produsen untuk lebih meningkatkan lagi kualitas dari produk yang mereka akan tawarkan kepada konsumen. Mengenali dan memahami keinginan pelanggan jauh lebih penting, karena produsen bergantung pada konsumen (Lupiyoadi, 2008). Konsumen selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk, Kotler dalam Lupiyoadi (2008). Perusahaan yang tidak dapat memuaskan pelanggannya tentu akan memiliki masalah yang akan dihadapinya. Hal-hal yang dapat terjadi jika pelanggan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan dapat berakibat fatal, seperti hasil studi di Amerika dalam Wahidah (2013), menunjukkan hal-hal sebagai berikut: 90% pelanggan yang tidak puas tidak akan membeli lagi produk, setiap pelanggan yang tidak puas akan menceritakan paling sedikit kepada 9 orang. Waktu, usaha, tenaga dan uang yang diperlukan untuk menarik seorang pelanggan baru 5 kali lebih banyak dari pada untuk mempertahankan seorang pelanggan lama, setiap pelanggan yang puas akan menceritakan kepada paling sedikit 5 orang lainnya, yang sebagian diantaranya dapat menjadi pelanggan.

Hasil studi “National Productivity Board” di Singapura menunjukkan: 77% responden menyatakan tidak akan kembali jika mendapatkan pelayanan yang buruk di restoran, pusat perbelanjaan atau “service counter”, 55% responden menyatakan akan memberitahukan kepada teman mereka agar tidak berbelanja atau pergi ketempat tersebut. Berdasarkan hasil studi diatas dapat diketahui bahwa begitu buruknya hal yang diterima perusahaan jika perusahaan tidak dapat memuaskan pelanggan bahkan dapat dipastikan jika perusahaan tentu akan sulit untuk berkembang.

Perusahaan dalam bidang jasa dan produk berlomba-lomba agar dapat memuaskan pelanggannya. Salah satu cara yang dilakukan oleh banyak perusahaan belakangan ini dalam mewujudkan kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang optimal atau disebut juga dengan pelayanan prima. Swastika dalam (Kurnia, 2014) definisi pelayanan prima mengandung tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan yang terbaik, dan adanya tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu. Pelayanan prima harus ditunjang oleh kualitas sumber daya manusia yang handal dan pengetahuan akan pelayanan prima tersebut. Oleh sebab itu sangat dibutuhkan belajar tentang pelayanan prima untuk dapat memuaskan pelanggan .

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan jurusan yang menuntut setiap lulusan dapat berkompeten dalam bidangnya. karena lulusan SMK akan langsung terjun ke dunia lapangan pekerjaan. Jika lulusan SMK tersebut sudah masuk dalam dunia kerja dan memiliki kompetensi tentu mereka akan memberikan pelayanan yang baik yang diharapkan dapat memuaskan pelanggan. Oleh sebab itu SMK memiliki mata pelajaran pelayanan prima atau yang lebih dikenal dengan istilah "Service Excellent". Dalam mata pelajaran pelayanan prima ini siswa dituntut untuk dapat mengerti bagaimana cara memuaskan pelanggan agar pelanggan tidak berpindah pada jasa yang ditawarkan pihak perusahaan lainnya.

SMK N 1 Beringin merupakan salah satu SMK di daerah Lubuk Pakam. SMK N 1 Beringin memiliki mata pelajaran pelayanan prima. Dalam mata pelajaran pelayanan prima ini siswa dituntut untuk dapat memuaskan pelanggan

melalui pengetahuan yang mereka dapat saat belajar pelayanan prima. Dan setelah mereka belajar pelayanan prima pengetahuan yang mereka miliki tentang cara memuaskan pelanggan dapat mereka terapkan dalam pengelolaan usaha yang mereka buka, yang juga merupakan salah satu mata pelajaran untuk kelas 3. Dimana pada mata pelajaran pengelolaan usaha ini diharapkan siswa terampil dalam menghadapi pelanggan. Pengelolaan usaha ini berada didalam lingkungan sekolah SMK N 1 Beringin. Dalam mendirikan usahanya, pengelola usaha SMK N I Beringin berusaha memenuhi kebutuhan konsumen, berupa kenyamanan maupun kemudahan selama menggunakan jasa pengelola usaha SMK N I Beringin. Pengelola usaha SMK N I Beringin berusaha memberikan berbagai fasilitas yang mendukung hal tersebut, sehingga segala kebutuhan pelanggan terpenuhi dan akhirnya timbul rasa puas setelah menggunakan jasa pengelola usaha SMK N I Beringin.

Sebagai unit jasa pengelola usaha yang professional seharusnya menerapkan konsep pelayanan prima , yang intinya memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, sebab akan sulit bagi jasa pengelola usaha dapat bertahan jika gagal memuaskan pelanggannya. pengelola usaha SMK N I Beringin jika ingin tetap eksis ditengah persaingan haruslah dapat mengenal dan mengerti sebaik dan sedekat mungkin pelanggannya.

Namun hal ini tidak sesuai seperti yang diharapkan. Hasil observasi dengan pelanggan pengelolaan usaha SMK N 1 Beringin terdapat pelanggan yang merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh siswa yang melayani pelanggan pada saat melakukan perawatan pada pengelolaan usaha SMK N 1 Beringin, kebersihan dan kerapian ruang pengelolaan usaha yang kurang baik,

siswa juga kurang memperhatikan penampilan ketika sedang melayani pelanggan, komunikasi siswa dengan pelanggan juga kurang baik, tidak memberi pelayanan jasa tepat waktu.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang hubungan teori pelayanan prima dan kepuasan pelanggan untuk kemudian dijadikan sebagai penelitian dengan judul **“Hubungan Teori Pelayanan Prima dengan Kepuasan Pelanggan pada Pengelolaan Usaha SMK N I Beringin”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yaitu: kebersihan dan kerapian ruang pengelolaan usaha yang kurang baik, siswa juga kurang memperhatikan penampilan ketika sedang melayani pelanggan, komunikasi siswa dengan pelanggan kurang baik, siswa tidak memberikan kesan pertama yang baik kepada pelanggan, tidak memberi pelayanan jasa tepat waktu, siswa tidak menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pelanggan.

C. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari kompleksnya ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini, maka peneliti membatasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Pengelola usaha yang dijadikan sebagai tempat penelitian adalah pengelolaan usaha SMK N I Beringin.

2. Teori pelayanan prima yang diberikan kepada siswa meliputi: pelanggan dan pelayanan prima, tujuan dan standar penampilan pribadi, sikap menghadapi pelanggan, kebersihan dan kesehatan pribadi, cara berkomunikasi dengan pelanggan.
3. Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan pengelolaan usaha di SMK N 1 Beringin meliputi: reabilitas (reability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) empati (empathy), bukti fisik (tangibles) dan harga.
4. Pelanggan yang dapat menilai siswa adalah pelanggan wanita remaja dengan kriteria umur yaitu 17-25 tahun.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimanakah pengetahuan teori pelayanan prima siswa pengelolaan usaha di SMK N I Beringin?
2. Apakah pelanggan merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh siswa pada pengelolaan usaha SMK N 1 Beringin?
3. Bagaimanakah hubungan teori pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan pada pengelola usaha di SMK N 1 Beringin?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengetahuan teori pelayanan prima siswa pengelolaan usaha di SMK N I Beringin.
2. Untuk mengetahui apakah pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh siswa pada pengelolaan usaha SMK N I Beringin.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan teori pelayanan prima dengan kepuasan pelanggan pada pengelolaan usaha SMK N I Beringin.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi guru mata pelajaran pelayanan prima dapat menambah pengetahuan hubungan teori pelayanan prima dengan kepuasan pelanggan.
2. Bagi sekolah dapat membuka kesempatan untuk menjalin kerja sama dengan mahasiswa/i UNIMED.
3. Bagi peneliti dapat memperkuat teoritis dan membuktikan hasil peneliti sebelumnya, serta menambah pengetahuan.