BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan bersaing dengan perusahaan lain merupakan suatu hal yang wajar dalam dunia bisnis. Persaingan suatu perusahaan dengan perusahaan lain bisa menjadi ketat apalagi dengan perusahaan yang berjalan dengan sektor yang sama. Sebuah perusahaan selalu memiliki strateginya masing-masing untuk tetap bisa menjadi yang terbaik bagi para pelanggannya. Strategi-strategi yang digunakan sebuah perusahaan memiliki tujuan untuk memberi kepuasan bagi para pelanggannya untuk terus menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan agar citra suatu perusahaan terus terjaga adalah dengan menjaga kualitas pelayanan perusahaan tersebut.

Undang-Undang Negara Republik Indonesia No. 25 Tahun 2019 BAB I tentang ketentuan umum Pasal 1 Ayat 1 menyebutkan bahwa pelayanan publik adalah kegiatan dan rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang atau jasa atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara publik. Sejalan dengan pernyataan dalam Undang-Undang tersebut, dijelaskan pula bahwa pelayanan publik adalah kegiatan yang dilaksanakan secara bertanggungjawab dan sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang ada dan nilai akuntabilitas pelayanan yang diberikan dapat memberikan

kepercayaan kepada masyarakat tentang pelayanan yang diberikan (Lewis dan Gilman dalam Sellang dkk, 2019).

Kualitas memiliki keterkaitan dengan pelayanan terbaik, yaitu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggannya atau masyarakat secara memuaskan (Nurdin, 2019). Sedangkan kualitas pelayanan sendiri dijelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat dipahami melalui perilaku konsumen, yaitu perilaku yang dimainkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi suatu produk maupun pelayanan yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka (Hardiyansyah, 2018).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marbun pada tahun 2019 tentang analisis kualitas pelayanan jasa pada pengiriman pake PT. POS Indonesia kantor medan menjelaskan bahwa yang menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan yang ada pada saat ini agar dapat memiliki daya saing dengan perusahaan lain adalah dengan menjaga kualitas pelayanannya agar sesuai dengan harapan dari para pelanggan dari pelayanan yang diberikan.

Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari pelayanan yang diberikan perusahaan memiliki keuntungan bagi perusahaan itu sendiri, hal ini sesuai dengan pendapat yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dalam pelayanan yang baik dalam jangkan panjang akan lebih menguntungkan untuk mempertahankan pelanggan yang baik daripada terus menerus menarik dan membina pelanggan baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi (Lovelock dalam Indrasari, 2019).

Kepuasan pelanggan diartikan sebagai persepsi masyarakat akan kenyataan dari realitas yang ada dibandingkan dengan harapa-harapan yang ada (Fitzsimmons dalam Hardiansyah, 2018). Kepuasan yang dialami dan dirasakan oleh pelanggan akan membuat pelanggan menjadi terpenuhi kebutuhan akan suatu produk yang dibutuhkan sehingga pelanggan yang merasakan kepuasan akan cenderung menyukai produk barang atau jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan.

Kepuasan yang diberikan pada pelanggan merupakan suatu keunggulan yang dimiliki dari seorang karyawan bagi perusahaan yang bisa dijadikan satu strategi dalam memberikan pelayanan bagi para pelanggannya. Memberikan kepuasan pada pelanggan dilakukan bukan tanpa tujuan tetapi dengan tujuan utama menarik minat para pelanggan (Indrasari, 2019). Pelayanan kepada para pelanggan perusahaan tidak hanya dilakukan untuk menarik para pelanggan baru, tetapi tetap harus dilakukan pada para pelanggan yang sudah memaki produk barang atau jasa perusahaan tersebut, tujuannya adalah para pelanggan tersebut secara terus menerus akan menggunakan produk barang atau jasa perusahaan tersebut, sehingga tidak akan berpindah atau mencoba untuk menggunakan produk barang atau jasa dari perusahaan yang lain. Menggunakan suatu produk barang atau jasa dari satu perusahaan secara terus menerus dalam jangka waktu yang lama yang dilakukan seorang pelanggan perusahaan tersebut dapat disebut sebagai kesetiaan pelanggan atas perusahaan atau juga biasa disebut sebagai loyalitas pelanggan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sudrajad dan Andayani pada tahun 2019 tentang analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di PT. Ramajaya Computer menunjukkan hasil bahwa ada beberapa faktor yang membuat pelanggannya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan tersebut diberikan PT. Ramajaya Computer dengan cara sikap sopan karyawan pada pelanggan, kenyamanan saat mendatangi tempat usaha, pelayanan tanpa pandang bulu atau melihat latar belakang, dan adanya toleransi keterlambatan pembayaran para pelanggan pada biaya pembayaran barang dan jasa yang telah diberikan.

Loyalitas pelanggan adalah dorongan untuk melakukan suatu perilaku pembelian berulang-ulang (Daga, 2017). Loyalitas dapat ditinjau dari produk apa yang dibeli konsumen dan bagaimana perasaan atau sikap konsumen terhadap produk barang atau jasa tersebut (Tjiptono dan Chandra, 2016). Dengan artian tersebut bisa dikatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan kegiatan yang sangat diperlukan suatu organisasi atau perusahaan agar pelanggan terus menggunakan produknya secara terus menerus, tetapi tidak hanya itu saja loyalitas pelanggan juga berkenaan dengan bagaimana perasaan pelanggan dalam menggunakan produk barang atau jasa suatu perusahaan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Samsudin pada tahun 2018 tentang analisis loyalitas pelanggan di PT Nutrifood kota bogor menunjukkan bahwa PT. Nutrifood menganggap loyalitas pelanggan

memiliki dan memainkan peranan yang sangat penting bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi bagaimana kemajuan atau kemunduran dari perusahaan bisa terjadi selain itu penilai loyalitas pelanggan tersebut dilakukan sebagai cara untuk memperbaiki kinerja perusahaan sehingga kelemahan perusahaan dimasa mendatang dapat teratasi.

Objek penelitian ditentukan oleh peneliti setelah peneliti melakukan pra-survey di beberapa perusahaan dengan proses observasi, studi dokumentasi dan wawancara sederhana. Melalui pra-survey tersebut, peneliti menentukan PT. Cahaya Wira Sejahtera sebagai objek penelitian dikarenakan PT. Cahaya Wira Sejahtera memiliki karyawan yang banyak dan memiliki permasalahan yakni sedikit penurunan loyalitas pelanggan yang diasumsikan disebabkan oleh menurunnya kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang dimiliki oleh karyawan PT. Cahaya Wira Sejahtera. Hal tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan oleh HRD perusahaan melalui wawancara sederhana yang peneliti lakukan sebagai berikut :

> "Sebenarnya tidak ada masalah yang berarti di perusahaan kami, kalau penurunan pelanggan tentunya iya karena kita sama-sama tahu kalau kita sudah dilanda pandemi. namun, kami menargetkan ada peningkatan yang signifikan pasca covid, akan tetapi sampai hari ini hal tersebut masih menjadi pekerjaan rumah bagi kami. mungkin ada kualitas layanan yang perlu kami perbaiki sehingga pelanggan akan

merasa puas(HRD PT. Cahaya Wira Sejahtera)

PT. Cahaya Wira Sejahtera merupakan perusahaan yang berdiri di Beciro Sidoarjo pada tahun 2012 yang bergerak di bidang penyediaan gas nitrogen. Salah satu hal yang bisa membuat perusahaan semakin berkembang adalah adanya peran dari pelanggannya sendiri. Pelanggan PT. Cahaya Wira Sejahtera tentunya ada yang memakai jasa dari perusahaan secara terus menerus, pemakaian jasa dari perusahaan yang terus menerus tersebut tentunya bisa disebut dengan loyalitas pelanggan atau loyalistas pelanggan, namun hal tersebut tentu tidak terjadi begitu saja tanpa adanya faktor yang mendukung.

Peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian ini tidak hanya dikarenakan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya namun juga karena PT. Cahaya Wira Sejahtera merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di sektor usaha yang tidak banyak berada di masyarakat sehingga penelitian ini menjadi penting untuk mengetahui apakah loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tersebut terhadap produk yang ditawarkan dari suatu perusahaan yang bergerak bukan di sektor yang dominan di masyarakat dan perusahaan dengan skala tidak besar.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini memili beberapa rumusan masalah yang didasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, yakni sebagai berikut :

1.2.1 Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT. Cahaya Wira Sejahtera?

1.2.2 Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT. Cahaya Wira Sejahtera?

1.2.3 Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT. Cahaya Wira Sejahtera?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan penelitian yang didasarkan pada rumusan penelitian sebelumnya, yakni sebagai berikut :

1.3.1 Untuk mengetahui dan menganalisis adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Cahaya Wira Sejahtera?

1.3.2 Untuk mengetahui dan menganalisis adakah pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Cahaya Wira Sejahtera?

1.3.3 Untuk mengetahui dan menganalisis adakah pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Cahaya Wira Sejahtera?

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman kerja terhadap loyalitas pelanggan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Memberi sumbangsih pada ilmu pengetahuan khususnya pada ilmu ekonomi untuk mengetahui variabel yang bisa mempengaruhi loyalitas pelanggan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Memberikan referensi pada organisasi dan perusahaan untuk bisa menjaga keloyalitasan konsumennya dan sebagai tolok ukur perusahaan dalam menjaga kualitas, peningkatan kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki.

1.4.3 Manfaat Bagi Peneliti

Memberikan peneliti pegetahuan yang mendalam mengenai strategi pemasaran yang bisa diterapkan pada jenis usaha lain kepada masyarakat pelaku secara luas.

1.4.4 Manfaat Bagi Pelaku Usaha

Memberikan pengetahuan tentang gambaran untuk meningkatkan pendapatan dan memberikan referensi mengenai strategi untuk

meningkatkan pemasaran produk yang diproduksi.

1.4.5 Manfaat Bagi Pemerintah Daerah

Memberikan sarana referensi dalam pemberian pelatihan kepada UMKM daerah yang sudah berjalan maupun akan merintis agar dapat membantu pendapatan daerah tersebut.

1.4.6 Manfaat Bagi Universitas PGRI Adi Buana

Menjadi sarana belajar bagi program studi serupa maupun berbeda dalam menjalankan penelitian yang serupa maupun tidak serta membantu universitas dalam ketercapaian tri dharma perguruan tinggi.