

BAB I

PENDAHULUAN

1.4. Latar Belakang Masalah

Semakin maraknya persaingan yang ada dalam setiap bisnis dewasa ini mendorong bagi setiap pebisnis untuk semakin meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada setiap konsumennya sehingga mereka merasa puas. Jika seorang konsumen merasa puas maka ia akan menjadi loyal terhadap sebuah produk atau suatu perusahaan.

Dalam industri yang matang ini, penting bagi setiap perusahaan untuk memiliki keunggulan kompetitif. Untuk suatu mencapai keunggulan kompetitif, maka perusahaan akan mencoba untuk meningkatkan pangsa pasarnya dengan menurunkan tarif atau harga produknya sehingga konsumen merasa puas akan tariff yang dibebankan. Tetapi tentunya hasil dan kualitas pelayanan juga menjadi pertimbangan lain bagi konsumen untuk dapat menjadi loyal pada suatu perusahaan.

Hubungan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas pelanggan seakanakan telah menjadi suatu pola hubungan yang hampir menjadi hukum dalam perilaku konsumen. Pola tersebut jika disederhanakan berupa kondisi konsumen akan merasa puas. Selanjutnya, kepuasan tersebut menentukan loyalitas atau keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Untuk itu pihak perusahaan baik yang bergerak di bidang jasa maupun manufaktur harus dapat senantiasa memberikan fasilitas dan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini dimaksudkan agar pelanggan menjadi loyal dan kembali menggunakan jasa atau membeli produk mereka di kemudian hari, serta memberikan promosi kepada teman dan kerabat mereka.

Apalagi pelanggan yang loyal akan lebih menguntungkan perusahaan daripada pelanggan baru, karena untuk mendapatkan pelanggan baru diperlukan biaya yang tidak sedikit (untuk promosi). Pelanggan sangat peka terhadap mutu dan pelayanan atas produk atau jasa yang dipilihnya. Loyalitas pelanggan terhadap kualitas jasa tersebut dapat diukur dari terpenuhi tidaknya kebutuhan pelanggan, yang tampak dari sikap perilaku pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan sehingga konsumen merasa puas, maka pihak perusahaan harus mengetahui harapan pelanggan terhadap mereka. Biasanya sederhana saja yang diminta oleh pelanggan atau konsumen yaitu mereka menyukai jasa yang memuaskan dan produk yang baik dengan harga yang sesuai dengan hal itu. Setelah mengetahui harapan pelanggan, pihak perusahaan dapat melakukan upaya-upaya yang efektif dan efisien dalam meningkatkan loyalitas pelanggannya.

Masyarakat sebagai konsumen tentu selalu mengharapkan adanya pelayanan yang baik dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dengan berkembangnya ekonomi, teknologi, dan daya

piker masyarakat. Sebagian konsumen menyadari bahwa dirinya mempunyai hak untuk pelayanan yang lebih baik serta biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harus sesuai dengan harapan yang diinginkan, sehingga dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan keinginan tersebut akan didirungi oleh tingkat kepuasan.

Kebutuhan dan keinginan manusia dipenuhi oleh barang dan jasa. Keduanya memiliki pengertian yang sama yaitu sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Hal ini biasa disebut produk, produk terdiri dari 2 macam yaitu produk manufaktur dan produk jasa.

Pengukuran produk jasa lebih sulit dibandingkan dengan produk manufaktur karena karakteristik spesifik dari jasa yaitu intangibility (tidak berwujud), inseparability (tidak terpisahkan), variability (bervariasi), perishability (tidak tahan lama).

Dalam menjalankan kegiatannya, PT. Karyamegah Adijaya tidak hanya berfokus pada konsumen yang memakai produk atau jasa saja, tetapi perusahaan harus berfokus juga terhadap para pesaing yang menghasilkan produk atau jasa sejenis. Untuk itulah, strategi pemasaran yang ditempuh PT. Karyamegah Adijaya dalam memasarkan jasa lebih memfokuskan untuk memberikan kepuasan kepada masyarakat dengan pelayanan yang maksimal.

Dengan demikian, peran pemasaran terlebih dalam memberikan kepuasan kepada masyarakat merupakan hal terpenting dan sebagai salah

satu factor kunci penentu dalam keberhasilan bisnis. Karena dengan pelayanan yang diberikan perusahaan semaksimal mungkin maka masyarakat umumnya maupun pelanggan khususnya akan loyal terhadap perusahaan kita.

PT. Karyamegah Adijaya yang menjadi objek penelitian ini merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa layanan TV Satelit. Adapun alasan penulis memilih PT. Karyamegah Adijaya sebagai objek penelitian ini karena merupakan perusahaan layanan TV satelit yang memiliki pelanggan yang cukup barvari atif.

Kepuasan konsumen adalah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapannya (Kotler, 2008: 36).

Gremler dan Brown (1997) dalam Hasan (2009 : 83) menggunakan istilah loyalitas jasa atau pelayanan menunjuk pada sikap dan perilaku konsumen terhadap penyedia jasa.

Bagi suatu organisasi atau perusahaan, terdapat empat manfaat utama yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan atau loyalitas konsumen, yaitu: (Sugandini, 2003: 183)

1. Loyalitas meningkatkan pembelian konsumen .
2. Loyalitas konsumen menurunkan biaya yang ditanggung perusahaan untuk melayani konsumen.
3. Loyalitas konsumen meningkatkan komunikasi yang efektif dari mulut ke mulut.

4. Retensi karyawan.

Dalam Islam, memberikan kepuasan pada pelanggan tidak hanya sekedar didorong oleh peningkatan kinerja dan keuntungan. Melayani pelanggan didasarkan pada keinginan membantu pada saudara. Nabi bersabda: *"sesungguhnya Allah akan menolong seorang hamba yang menolong saudaranya"*. Jika Allah yang menolong, tidak akan ada satu kekuatanpun yang akan mampu menghalangi kesuksesannya.

Di dalam Al-Quran, memberikan kepuasan pada pelanggan berarti berbuat kebaikan atau ikhsan. Allah SWT berfirman: *"barang siapa berbuat kebaikan, maka baginya sepuluh kali lipat pahalanya..."* (QS: Al-an'am: 160). Dalam konteks ini, Allah SWT menjanjikan, jika kita berbuat ikhsan pada pelanggan, Allah akan memberikan keuntungan setidaknya sepuluh kali lipat.

Karyawan-karyawan pada bisnis jasa sering dipengaruhi oleh interaksi harian mereka dengan konsumen perusahaan. Karena orang cenderung lebih suka bekerja dengan organisasi-organisasi yang konsumennya puas dan loyal, maka perusahaan yang menunjukkan konsumen dengan loyalitas dan tingkat kepuasan yang tinggi cenderung memiliki tingkat pergantian staf yang lebih rendah.

Dengan adanya kepuasan yang semakin tinggi dari seorang konsumen terhadap suatu perusahaan, maka akan dapat semakin meningkatkan loyalitas mereka terhadap perusahaan atau organisasi yang bersangkutan. Berdasarkan pada uraian di atas, penelitian ini berjudul:

”Analisis Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Karyamegah Adijaya dan Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam”.

1.5. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Karyamegah Adijaya?
2. Bagaimana kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Karyamegah Adijaya menurut Sudut Pandang Islam?

1.6. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan pada PT. Karyamegah Adijaya adalah :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Karyamegah Adijaya.
2. Untuk mengetahui kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Karyamegah Adijaya menurut Sudut Pandang Islam.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Penulisan ini merupakan aplikasi dari teori yang pernah penulis dapatkan untuk diterapkan dalam praktek pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Dengan hasil penelitian ini (skripsi) diharapkan dapat berguna sebagai bahan informasi untuk pengambilan keputusan dalam memecahkan permasalahan yang timbul dan juga mengembangkan konsep yang sudah ada.

3. Bagi pembaca

Untuk menambah pembendaharaan ilmu pengetahuan yang sewaktu-waktu dapat membantu dalam kegiatan yang sesungguhnya.