

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

##### **1. Alasan Penelitian**

Maju tidaknya suatu bangsa terkait erat dengan berkembang tidaknya bidang pendidikan dan pelatihan di negara tersebut. Untuk membangun pendidikan dan pelatihan di Indonesia kita harus kembali menetapkan prioritas sasaran yang ingin dicapai. Kita menyadari bahwa sumber daya manusia kita masih rendah, dan tentunya kita masih punya satu sikap optimis untuk dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang kita miliki. Salah satu pilar yang tidak mungkin terabaikan adalah melalui pendidikan non formal atau program pelatihan.

Dalam kaitan dengan upaya peningkatan kualitas dan relevansi pendidikan, maka program pelatihan lebih berorientasi pada kebutuhan pasar, tanpa mengesampingkan aspek akademis. Oleh sebab itu program pelatihan harus mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, profesionalitas, produktivitas, dan daya saing dalam merebut peluang pasar. Program pelatihan yang diberikan harus mampu membentuk sumber daya manusia berdaya saing tinggi, dan dapat dijadikan salah satu alternatif dalam peningkatan sumber daya manusia.

Dalam ekonomi global, perusahaan mempunyai kesempatan luas untuk memasuki perdagangan bebas dan ambil bagian dalam pasar global. Kebebasan telah membuka penetrasi pasar yang lebih luas. Bagaimanapun kesempatan yang begitu besar memerlukan daya saing untuk menempatkan diri dalam barisan pemenang. Persaingan dapat berupa harga, waktu

pengiriman, pelayanan, promosi, dan kualitas produk. Perusahaan dapat memenangkan persaingan pasar apabila mempunyai daya saing secara menyeluruh dan mutu produk yang ada saat ini telah menjadi standar yang dikehendaki konsumen.

Perpektif tradisional sering hanya berfokus pada pencapaian produktivitas dan profitabilitas dengan mengabaikan aspek kualitas. Peningkatan intensitas kompetisi menuntut setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan dinamika kebutuhan, keinginan, dan preferensi pelanggan serta berusaha memenuhinya dengan cara-cara yang lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaingnya.

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan.

Pada gilirannya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan berkontribusi pada terciptanya rintangan beralih (*switching barriers*), biaya beralih (*switching costs*), dan loyalitas pelanggan.

Banyak perusahaan memfokuskan pada kepuasan tinggi karena para pelanggan yang kepuasannya terbatas, mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Mereka yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi.

Tidak cukup hanya benar-benar terampil dalam menarik pelanggan baru, perusahaan juga harus mempertahankan mereka. Pertama, perusahaan

harus mendefinisikan dan mengukur tingkat retensi, yaitu tingkat kelayakan pelanggan pada produk perusahaan. Kedua, perusahaan harus membedakan sebab-sebab yang dapat dikelola dengan lebih baik. Ketiga, perusahaan harus memperkirakan berapa laba yang hilang saat kehilangan pelanggan. Keempat, perusahaan perlu memperhitungkan berapa besar biaya untuk mengurangi tingkat peralihan pelanggannya.

FOCUS Training Center adalah lembaga pelatihan yang memberikan pelatihan jangka pendek (*short courses*) khususnya dalam bidang *marine safety*. Mulai berdiri sejak bulan April 2000 sampai sekarang.

Dari sisi jumlah peserta mengalami peningkatan khususnya dari tahun 2002 sampai 2003, dan mulai mengalami penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2004.

Penyebab penurunan jumlah peserta di tahun 2004 dapat disebabkan oleh beberapa hal seperti, meningkatnya jumlah lembaga pelatihan sejenis, terjadinya perpindahan peserta ke lembaga pelatihan lain, dan menurunnya jumlah pangsa pasar yang ada.

Adapun FOCUS Training Center menyediakan berbagai modul pelatihan yang dapat diikuti oleh peserta yang sama, sehingga faktor kepuasan pelanggan menjadi sangat penting untuk dapat memberikan kepuasan yang optimal sehingga dapat tercipta loyalitas pelanggan yang pada akhirnya memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Mengingat pentingnya kaitan antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan sebagai salah satu alternatif untuk peningkatan jumlah peserta pelatihan di FOCUS Training Center maka penulis bermaksud untuk mengadakan penelitian dan penulisan tesis yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada FOCUS Training Center Jakarta”**.

## 2. Proses Perumusan Masalah

### a. Identifikasi Masalah

Pelanggan adalah kunci untuk meraih keuntungan. Kelangsungan hidup perusahaan / organisasi sangat ditentukan bagaimana pandangan pelanggan terhadap organisasi tersebut. Oleh karena itu, organisasi harus mengerti keinginan pelanggan sekarang dan masa depan dengan berusaha memenuhi persyaratan pelanggan dan berusaha melebihi harapan pelanggan.

Manfaat penting yang diperoleh pada organisasi dengan menerapkan prinsip fokus pada pelanggan dapat disebutkan sebagai berikut :

- Meningkatnya keuntungan dan mendapat perolehan pangsa pasar yang cepat.
- Meningkatnya penggunaan sumber daya organisasi yang efektif untuk mempertinggi kepuasan pelanggan.
- Meningkatnya loyalitas pelanggan.

Penerapan prinsip kepuasan pelanggan secara optimal nantinya akan mengarah pada hal-hal berikut :

- Menyelidiki dan memahami kebutuhan dan harapan pelanggan.
- Memastikan bahwa sasaran organisasi berhubungan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.
- Mengkomunikasikan kebutuhan dan harapan pelanggan dengan organisasi secara keseluruhan.

- Menyelaraskan pendekatan dalam memuaskan pelanggan dan pihak yang berkepentingan serta mengambil tindakan atas hasil yang didapatkan.
- Memastikan keseimbangan antara kepuasan pelanggan dengan pihak lain yang berkepentingan, seperti pemilik, karyawan, pemasok, pemodal, masyarakat, dan negara.

Kunci bagi retensi pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas : tetap setia lebih lama, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk-produk yang ada, membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produk-produknya, memberi perhatian yang lebih sedikit kepada merek-merek dan iklan-iklan pesaing serta kurang peka terhadap harga, menawarkan gagasan jasa atau produk kepada perusahaan, dan biaya untuk pelayanannya lebih kecil dibandingkan biaya pelayanan baru karena transaksi yang sudah rutin.

Untuk memperkuat retensi pelanggan dapat dengan mendirikan rintangan beralih yang tinggi. Pendekatan yang lebih baik adalah dengan memberikan kepuasan yang tinggi kepada pelanggan.

Adapun permasalahan-permasalahan yang dapat diidentifikasi dari pengamatan di lapangan adalah sebagai berikut :

1. Jumlah peserta pelatihan yang kembali mengikuti pelatihan di FOCUS Training Center masih dibawah 50%.

**Tabel 1. Peserta yang mengikuti Pelatihan kembali Tahun 2004**

Rincian Peserta	Jumlah	%
Peserta yang kembali mengikuti pelatihan	709	48%
Peserta yang tidak kembali mengikuti pelatihan	767	52%
Total Jumlah	1476	100%

Sumber : Data Sekunder dari FOCUS Training Center, 2005

2. Usia lembaga pelatihan yang relatif baru dibandingkan dengan pesaing.

**Tabel 2. Usia Lembaga Pelatihan**

No.	Lembaga Pelatihan	Tahun Berdiri
1	FOCUS	2000
2	PERTAMINA	1959
3	STIP	1953
4	GUPITA	1999

Sumber : Data Sekunder dari [www.pelaut.net](http://www.pelaut.net), 2003

3. Jumlah peserta pelatihan yang mengalami penurunan dari tahun 2003 dibandingkan dengan tahun 2004.

**Tabel 3. Total Jumlah Peserta Pelatihan FOCUS Training Center**

Tahun	Total Jumlah Peserta
2002	2568
2003	2577
2004	1476

Sumber : Data Sekunder dari FOCUS Training Center, 2005

4. Kualitas Pelayanan masih dibawah harapan dari peserta pelatihan.

Hasil PraSurvei dari 20 responden terhadap kualitas pelayanan diperoleh hasil rata –rata skor pengalaman = 4.06 dan rata-rata skor harapan = 4.41. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh FOCUS Training Center belum sesuai dengan harapan dari peserta pelatihan.

5. Penetapan harga pelatihan dibandingkan dengan harga yang ditetapkan pesaing. Beberapa pesaing menetapkan harga lebih murah.

**Tabel 4. Harga Pelatihan**

No.	Lembaga Pelatihan	Modul Pelatihan	Harga
1	FOCUS	BST	Rp 1.000.000,-
		SCRB	Rp 600.000,-
		CCM	Rp 900.000,-
2	PERTAMINA	BST	Rp 1.000.000,-
		SCRB	Rp 650.000,-
		CCM	Rp 900.000,-
3	STIP	BST	Rp 980.000,-
		SCRB	Rp 580.000,-
		CCM	-
4	GUPITA	BST	Rp 975.000,-
		SCRB	Rp 600.000,-
		CCM	Rp 900.000,-

Sumber : Data Sekunder dari survei via telepon, 2005

6. Peningkatan kualitas sumber daya yang dimiliki dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

**b. Batasan Masalah**

Dengan uraian di atas maka permasalahan yang mendesak adalah mengenai kualitas pelayanan. Permasalahan ini merupakan permasalahan yang strategis karena akan berdampak pada perusahaan dalam meningkatkan kembali jumlah peserta pelatihan. Atas dasar pertimbangan tersebut, maka penelitian ini hanya membatasi pada kualitas pelayanan FOCUS Training Center serta pengaruhnya dengan tingkat kepuasan pelanggan.

Adapun batasan masalahnya sebagai berikut :

1. Sampel akan disebarakan kepada responden yang sudah mengikuti pelatihan di FOCUS Training Center pada periode bulan April 2005 – Mei 2005.
2. Hanya mengobservasi persepsi peserta pelatihan tentang kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan peserta pelatihan, hal-hal mengenai loyalitas pelanggan tidak termasuk dalam penelitian.

**c. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah penelitian, maka masalah masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana penilaian peserta pelatihan tentang kualitas pelayanan FOCUS Training Center saat ini ?

2. Unsur-unsur pelayanan apa yang belum sesuai dengan harapan peserta pelatihan yang mengikuti pelatihan di FOCUS Training Center ?
3. Bagaimana pengaruh penilaian peserta pelatihan tentang kualitas pelayanan diberikan terhadap tingkat kepuasan peserta pelatihan di FOCUS Training Center ?

### **B. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah penelitian, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Penilaian peserta pelatihan tentang kualitas pelayanan FOCUS Training Center.
2. Unsur-unsur pelayanan yang belum sesuai dengan harapan peserta pelatihan yang mengikuti pelatihan di FOCUS Training Center.
3. Pengaruh penilaian peserta pelatihan tentang kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangible* terhadap tingkat kepuasan peserta pelatihan di FOCUS Training Center.

### **C. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini bagi FOCUS Training Center antara lain :

1. Dapat membandingkan antara kualitas pelayanan FOCUS Training Center yang selama ini diberikan dengan yang diharapkan peserta pelatihan.
2. Mengevaluasi kualitas pelayanan FOCUS Training Center dalam upaya untuk membuat perbaikan secara terus menerus.
3. Mengetahui strategi yang diperlukan untuk menjamin kepuasan dan kualitas pelayanan pelatihan sehingga dapat ditinjau kembali rencana pemasarannya.