

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada umumnya tujuan dari suatu perusahaan adalah mencari keuntungan. Keuntungan dapat diperoleh dari para pelanggan atau konsumen, maka muncullah alasan mengapa konsumen dapat memilih barang/jasa tertentu untuk mencapai kepuasan. Pada saat perusahaan dapat menyediakan kebutuhan yang dapat membuat konsumen merasa puas, maka perusahaan tersebut akan lebih mudah dalam mencapai keuntungan yang diinginkan. Untuk itu agar laba yang diinginkan dapat diperoleh dengan maksimal, maka faktor yang sangat penting dalam bisnis adalah menciptakan dan juga mempertahankan konsumen. Menurut Philip Kotler, Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapannya.

Di Indonesia bisa dibilang pertumbuhan perusahaan sangat pesat. Terdapat banyak perusahaan yang beragam bidangnya. Karena semakin bertumbuh jumlah perusahaan maka persaingan antar perusahaan pun semakin kuat. Berkaitan dengan semakin ketatnya persaingan bisnis khususnya di bidang jasa transportasi, ialah satunya transportasi darat seperti bus yang sangat banyak diminati oleh masyarakat luas. Bus dianggap lebih efisien dan hemat dibandingkan menggunakan kendaraan pribadi. Dalam perkembangannya saat ini, semakin banyak PO (Perusahaan Otobus) yang mengubah diri mereka menjadi berbentuk PT (Perseroan Terbatas), agar dapat bersaing atau bahkan berada di jajaran atas antar perusahaan sekaligus agar dapat bertahan, PT Mekar Mandiri Jaya Pusaka melakukan berbagai strategi dalam menjalankan bisnisnya. Selain harga sewa yang menjadi pertimbangan ada beberapa pertimbangan lain yang tak kalah penting antara lain yaitu kualitas pelayanan, dan fasilitas yang diberikan.

Banyak orang yang tidak memahami pengaruh pelayanan pelanggan terhadap usaha dan pekerjaannya, baik pengaruh positif maupun negatif. Disadari atau tidak, setiap bisnis pada hakikatnya adalah bisnis jasa/layanan. setiap bisnis yang menawarkan layanan pelanggan yang baik akan memiliki kesempatan yang lebih besar untuk sukses dan berkembang daripada tidak terlalu peduli dengan layanan pelanggan. Layanan pelanggan yang hebat tidak terjadi begitu saja tapi memerlukan waktu, energi dan komitmen yang nyata yang harus diberikan oleh setiap orang yang terlibat, tidak hanya dari orang-orang yang melayani pelanggan secara langsung. Tidak ada cara yang lebih baik untuk membangun bisnis yang menguntungkan selain berkomitmen penuh untuk memberikan level layanan pelanggan terbaik dapat disediakan menurut Ivonne Wood (2009:3).

Dengan adanya integrasi unsur-unsur tersebut tentu akan menjadi kunci keberhasilan perusahaan jasa untuk meningkatkan informasi, membangun kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan. Pelayanan adalah seluruh kegiatan yang membuat pelanggan secara mudah mencapai atau memenuhi kepentingannya. Dari pernyataan tersebut memiliki pengertian bahwa dengan pelayanan yang baik maka dapat membuat konsumen atau pelanggan merasa puas dan dapat mencapai atau memenuhi apa yang diinginkan atau apa yang diharapkan. Pada dasarnya tujuan dari sebuah bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antar perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan memberikan rekomendasi yang baik dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Serta kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dari beberapa definisi di atas ternyata terdapat persamaan yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan) menurut Hidayat Cecep (1998:27).

Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa), sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk. Tujuan utama jasa pelayanan di bidang transportasi dalam memberikan pelayanan adalah tercapainya kepuasan pelanggan yang ditandai dengan berkurangnya keluhan (*complain*) dari para pelanggan.

Persoalan di atas membuat peneliti tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran PT Mekar Mandiri Jaya Pusaka Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan" sebagai judul skripsi.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan permasalahannya ialah bagaimana PT Mekar Mandiri Jaya Pusaka menjalankan strategi komunikasi pemasarannya dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran PT Mekar Mandiri Jaya Pusaka dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Bagi civitas akademika, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pencerahan. Peneliti di bidang komunikasi pemasaran, khususnya kepuasan pelanggan, diharapkan dapat mengambil manfaat dari penelitian ini.

b. Manfaat Praktis

Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber atau masukan bagi masyarakat umum (baik peneliti maupun anggota masyarakat umum) tentang cara efektif menggunakan komunikasi pemasaran untuk memasarkan produk dan layanan.