

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bagi suatu perusahaan, strategi pemasaran menjadi faktor penting untuk dapat bersaing dan bertahan dalam era globalisasi. Menghadapi kenyataan banyaknya barang atau jasa yang sejenis dengan kualitas pelayanan yang beragam dan selera konsumen yang mudah berganti serta munculnya pesaing-pesaing baru, mengakibatkan tingkat persaingan menjadi semakin tajam.

Kegiatan pemasaran adalah langkah awal yang dilakukan oleh perusahaan dalam memperkenalkan suatu produk dan berupaya mempertahankan pelanggan. Kegiatan pemasaran sangat penting dalam mensukseskan produk terhadap pasar. Banyak dari perusahaan berkompetisi dalam menyajikan produk mereka dengan semenarik mungkin sehingga pemasaran adalah salah satu aspek penentu bahwa perusahaan tersebut bisa diterima atau tidaknya oleh kalangan masyarakat luas. Pemasaran yang baik cenderung dapat mempengaruhi perilaku konsumen (khalayak umum) terhadap produk yang ditawarkan. Pengaruh pemasaran pada perilaku konsumen sangatlah beragam, mulai dari mendorong konsumen untuk mencari produk yang di maksud sampai dengan mendorong orang yang sebelumnya tidak loyal menjadi loyal.

Dengan membuat konsumen merasa nyaman dengan suatu pelayanan yang berkualitas, maka konsumen akan merasa puas. Dengan begitu,

konsumen akan menjadi loyal sehingga dapat mempertahankan tingkat penjualan suatu perusahaan atau bahkan meningkat. Berdasarkan hal tersebut, pelayanan yang berkualitas merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam melayani kebutuhan pelanggan, karena dapat menjadi suatu bentuk promosi yang sangat baik. Dengan demikian, perusahaan telah menjalankan suatu bentuk pemasaran yang efektif dan efisien, karena dapat melakukan bentuk promosi dalam pelayanan terhadap pelanggan yang dilakukan perusahaan.

Industri jasa saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan kebutuhan masyarakat. Perkembangan industri jasa yang semakin besar yang didorong pula oleh kemajuan pesat dalam teknologi komunikasi dan informasi. Oleh karena itu, industri jasa akan memainkan peranan penting pada masa mendatang. Jasa pengiriman barang adalah suatu industri jasa penunjang yang dibutuhkan oleh konsumen sekarang ini.¹

Perkembangan jumlah perusahaan jasa pengiriman sangat meningkat. Tercatat jumlah anggota Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres Indonesia (Asperindo) di wilayah Jakarta saja pada tahun 2014 sebesar 123 perusahaan, dengan jumlah cabang/agen keseluruhan mencapai 800 perusahaan yang tersebar diseluruh Indonesia, serta menyerap sebanyak 60 ribu orang tenaga kerja.²

¹ www.pikiran-rakyat.com

² <http://digilib.unpas.ac.id/download.php?id=2047>

Salah satu perusahaan jasa pengiriman adalah PT.Sukma Putra Sarana adapula Perkembangan penjualan di PT Sukma Putra Sarana tahun 2009 sampai dengan tahun 2013 mengalami penurunan yang cukup signifikan. Laba terendah setelah pajak dicapai pada tahun buku yang berakhir 31 Desember 2013 yaitu sebesar Rp 67,91 miliar.Tingkat produktivitas sejak tahun 2009 sampai dengan tahun 2014 terus mengalami penurunan, yaitu masing-masing tahun 2009 sebesar Rp 0,17 miliar, tahun 2010 sebesar 0,25 miliar, tahun 2011 sebesar Rp 0,37 miliar, tahun 2012 sebesar Rp 0,42 miliar, tahun 2013 sebesar Rp 0,51 miliar.³

Penurunan laba ini diduga karena rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Sukma Putra Sarana. Ada beberapa keluhan yang di sampaikan oleh konsumen antara lain, keterlambatan waktu, kerusakan barang dan barang yang hilang.⁴

Adapula alasan mengapa penulis ingin membahas tentang pelayanan jasa di PT Sukma Putra Sarana, hal tersebut di karenakan adanya konsumen yang keberatan dengan pelayanan yang di berikan oleh PT Sukma Putra Sarana, contohnya keterlambatan pengiriman barang yang tidak sesuai dengan waktu yang sudah di janjikan.⁵ Atas dasar tersebut, Penulis memberi judul Karya Ilmiah ini **“Analisis Pelayanan Jasa pada PT Sukma Putra Sarana”**

³ PT. Sukma Putra Sarana

⁴ PT. Sukma Putra Sarana

⁵ PT. Sukma Putra Sarana

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka perumusan masalah penulisan Karya Ilmiah ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kegiatan pelayanan jasa pada PT Sukma Putra Sarana?
2. Bagaimana cara di PT Sukma Putra Sarana dalam meningkatkan pelayanan jasa?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan adalah:

- a. Untuk dapat mendeskripsikan kegiatan pelayanan produk jasa pada PT Sukma Putra Sarana.
- b. Untuk mengetahui cara di PT Sukma Putra Sarana dalam meningkatkan pelayanan jasa dari para pelanggan.

2. Manfaat Penulisan

Dari observasi ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi Penulis, Universitas Negeri Jakarta, khususnya Prodi D III Pemasaran pada Fakultas Ekonomi, PT Sukma Putra Sarana dan pembaca secara umum.

a. Bagi Penulis

- 1) Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengalaman dalam penerapan ilmu manajemen pemasaran khususnya mengenai pelayanan jasa.

2) Mengembangkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dan mencoba menemukan sesuatu yang baru yang belum pernah diperoleh dari pendidikan formal.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan untuk menambah informasi yang bermanfaat dan menjadi pertimbangan pihak perusahaan dalam memahami, membantu, dan menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi didalam perusahaan.

c. Bagi Fakultas

Sebagai pelengkap arsip Karya Ilmiah Universitas yang dibuat oleh mahasiswa dalam bidang ilmu pemasaran terutama tentang pelayanan produk jasa dan sebagai tambahan referensi di perpustakaan serta untuk dapat mengetahui kemampuan mahasiswa di dalam menerapkan pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan.

d. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan juga bisa menambah bahan informasi dan referensi Penulis lain yang akan menyusun Karya Ilmiah atau sebagai wacana.