BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mengingat perusahaan-perusahaan masa kini menghadapi persaingan terberatnya. Dalam dekade terakhr ini persaingan hanya akan bertambah sengit. Dalam menghadapi saingannya mereka lebih terperinci memikirkan bagaimana perusahaannya dapat menarik pelanggan mengungguli saingan mereka. Salah satu cara adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta sejauh mana Mutu dan Pelayanan dapat memuaskan pelanggan tersebut.

Agar perusahaan dapat unggul atau bahkan untuk memiliki filosofi baru, hanya perusahaan yang berwawasan pelanggan yang akan maju, karena mereka bisa memberikan nilai yang lebih baik dari pada pesaingnya. Dengan demikian mereka akan mahir mendapatkan pelanggan, bukan hanya membuat produk, merekayasa pasar ataupun merekayasa produk.

Banyak perusahaan yang beranggapan bahwa menjaring pelanggan adalah tugas bagian pemasaran dan penjualan. Jika mereka gagal berarti orang pemasaran bukan ahli pemasaran. Bahkan bagian pemasaran hanya bisa merupakan mitra usaha dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Bagian pemasaran hanya didunia tidak bisa menjual produk yang buruk buatannya atau yang tidak memenuhi kebutuhan orang. Bagian pemasaran

bagian dan karyawannya telah bekerja sama merancang dan mengimplementasikan suatu sistem penghantar nilai pada pelanggan yang unggul dari saingannya.

Walaupun perusahaan yang berwawasan pelanggan ingin mencapai kepuasan yang tinggi, namun perusahaan belum tentu ingin memaksimalkan kepuasan pelanggan. *Pertama*, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan dengan menurunkan harga atau meningkatkan pelayanan, namun akibatnya laba perusahaan akan turun. *Kedua,* mungkin perusahaan dapat meningkatkan keuntungkan bagi pelanggan dengan cara lain, misalnya memperbaiki produksinya atau menanam modal lebih banyak dipenelitian dan pengembangan. *Ketiga,* banyak orang yang mempunyai kepentingan dalam perusahaan termasuk karyawan, penyalur, pemasok dan pemegang saham. Dengan mengeluarkan lebih banyak dana yang seharusnya untuk meningkatkan kepuasan mitranya.

Akhirnya dasar filosofi perusahaan adalah perusahaan berusaha memberikan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, tetap memberikan kepuasan yang setidak-tidaknya dapat diterima oleh pihak lain yang berkepentingan dalam batasan sumber daya perusahaan. Jadi tingkat kepuasan pelanggan adalah salah satu dari tingkat kepuasan yang umum, kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan kecewa. Kalau kinerja sesuai harapan pelanggan akan puas dan kalau kinerja melebihi harapan pelanggan akan sangat puas, senang atau gembira. Namun bagaimana pembeli membentuk harapannya ?.

Harapan mereka dibentuk oleh pengalaman pembeli terdahulu, komentar teman dan kenalannya serta janji dan informasi pemasaran dan saingannya. Untuk mengetahui lebih jauh bagaimana peranan mutu dan pelayanan dapat memuaskan

Harapan mereka dibentuk oleh pengalaman pembeli terdahulu, komentar teman dan kenalannya serta janji dan informasi pemasaran dan saingannya. Untuk mengetahui lebih jauh bagaimana peranan mutu dan pelayanan dapat memuaskan pelanggan, penulis melakukan kerja praktek di PT. KARYABUDY EKATAMA dan menulis tugas akhir dengan judul " MEMBANGUN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI MUTU DAN PELAYANAN PADA PT. KARYABUDY EKATAMA BANDUNG."

1.2 Maksud dan Tujuan

Maksud dan tujuan dari Tugas akhir ini dimaksudkan agar penulis mengetahui bagaimana perusahan dapat menilai kepuasan pelanggan yang telah pelanggan rasakan melalui Mutu produk dan Pelayanan yang di berikan oleh PT. Karyabudy Ekatama Bandung. Dalam hal ini PT. Karyabudy Ekatama Bandung menilai kepuasan pelanggan terhadap jasa atau produk yang diberikan dengan menerima keluhan-keluhan dari pelangan serta memuaskan pelanggan tersebut.

Keunggulan Mutu produk dan Pelayanan yang maksimal merupakan tuiuan utama PT. Karyabudy Ekatama Bandung.

1.3 Metodologi Penulisan

Penulis mendapatkan data untuk menyelesaikan Tugas akhir ini dengan cara :

1. Observasi, yaitu mengumpulkan data dengan cara mengamati objek dan terjun ke lapangan secara langsung.

2 Wawancara, yaitu melakukan wawancara kepada staff dan pegawai yang ada ditempat melaksanakan peninjauan, khususnya bagian pemasaran PT. Karyabudy Ekatama Bandung.

3 Melakukan studi kepustakaan, yaitu dengan mengumpulkan data melalui membaca dan mempelajari buku pedoman yang berhubungan dengan Tugas akhir yang akan dibahas.

3.1 Pembatasan Masalah

Mengingat luasnya ruang lingkup cakupan pekerjaan yang ada di PT. Karyabudy Ekatama Bandung, Penulis hanya mengambil bagian pemasaran untuk observasi dan wawancara .

Adapun pembatasan masalah yang diambil penulis adalah :

1. Bagaimana cara menilai pelanggan, mempertahankan pelanggan dan memuaskan pelanggan
2. Bagaimana PT. Karyabudy Ekatama Bandung mempertahankan mutu produk untuk kepuasan pelanggan.
3. Bagaimana PT. Karyabudy Ekatama Bandung memberikan pelayanan kepada pelanggan dan menerima keluhan pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar penulisan tugas akhir ini tersusun secara sistematis maka penulis membuat sistematika penulisan yang seluruhnya terdiri dari 5 (lima) bab, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang Latar belakang, Maksud dan Tujuan, Metedologi Penelitian, Pembatasan Masalah dan Sisitematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan tentang landasan teori dari permasalahan yang diambil.

BAB III DATA HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang semua informasi yang terdapat diperusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diambil

BAB IV ANALISA HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang hasil analisis terhadap data yang diperoleh dalam penelitian berdasarkan daftar pustaka dan bidang ilmu yang relevan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi kesimpulan hasil analisis dan memberikan masukan / saran bagi perbaikan sistem perusahaan.