

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang dan Masalah**

Globalisasi membawa dampak yang besar bagi perkembangan dunia bisnis. Pasar menjadi semakin luas dan peluang dimana – mana, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Menuntut perusahaan untuk meningkatkan pelayanan secara professional sesuai dengan bidangnya masing – masing. Agar mampu bersaing secara berkesinambungan di berbagai perusahaan, salah satunya adalah Telepon seluler di Indonesia. Dewasa ini teknologi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, selama peradaban manusia masih ada teknologi akan selalu menjadi hal penting dalam kehidupan dan akan selalu berkembang.

Dari sinilah pentingnya kepuasan konsumen, konsumen yang terpuaskan akan menunjukkan perilaku yang positif termasuk kesetiaan terhadap produk yang sedang digunakan bahkan mereferensikannya pada orang lain, tentu saja hal ini sangat menguntungkan bagi perusahaan. Namun, kepuasan saja belum cukup untuk dapat mendorong pencapaian tujuan perusahaan jangka panjang. Agar memiliki basis kompetensi yang kuat, perusahaan tidak hanya membutuhkan konsumen yang puas, tetapi harus diikuti dengan loyalitas dari konsumen yang puas tersebut.

Berbicara mengenai kepuasan konsumen, akan berhubungan dengan kualitas pelayanan (*Service Quality*). Suatu pelayanan dikatakan berkualitas bagi konsumen jika apa yang mereka rasakan sama dengan apa yang mereka harapkan. Dengan demikian, langkah awal penyelenggara jasa dalam upaya menciptakan kepuasan konsumen adalah pemahaman terhadap makna kualitas dan dimensi kualitas jasa. Definisi jasa adalah

“setiap tindakan atau untuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip intangible dan menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa terikat dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik (Kotler, 1997).

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas layanan yang nyata – nyata mereka terima atau peroleh (kinerja jasa) dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan (ekspektasi) (Soetjipto, 1997). Artinya, jika kinerja lebih dari ekspektasi, maka layanan dapat dikatakan tidak bermutu, dan apabila kinerja sama dengan ekspektasi maka layanan disebut memuaskan. Sedangkan penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa menurut penelitian Zeithml, Berry dan Parasuraman, 1995 (dalam buku Zulian Yamit, 2002) meliputi bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tangkap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Kelima dimensi kualitas jasa ini dapat dijadikan ukuran dan pemacu konsumen dalam hal ini konsumen, dalam keputusan memilih jasa pelayanan yang ditawarkan bahkan jika kualitas terus meningkat, konsumen tidak segan untuk melakukan perilaku pembelian ulang produk ini.

GraPARI (Graha Pari Sraya) merupakan kantor pelayanan tatap muka Telkomsel yang memberikan informasi, menerima permintaan layanan dan pengaduan. Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan konsumen. Jika pelayanan yang diberikan memenuhi permintaan pelanggan, maka konsumen akan merasa puas dan bila jasa pelayanan berada di bawah tingkat yang diharapkan. Tingkat kepuasan juga amat subyektif dimana satu konsumen dengan konsumen lain akan berbeda.

Dalam konteks bisnis, kepuasan dijelaskan sebagai keinginan konsumen untuk berlangganan pada perusahaan untuk jangka waktu yang lama, membeli dan menggunakan produk dan jasa perusahaan berulang kali, dan merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain. Untuk mengetahui apakah suatu perusahaan telah berhasil memberikan kepuasan yang tertinggi kepada konsumennya, dibutuhkan suatu penelitian mengenai tingkat kualitas pelayanan, penelitian ini merupakan alat untuk mengumpulkan informasi mengenai harapan konsumen dan kinerja karyawan. Informasi yang dihasilkan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk lebih mengerti kepuasan konsumen, mengetahui tingkat kepuasan konsumen serta dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam merumuskan upaya – upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Untuk mewujudkan keinginan seperti tersebut diatas setiap perusahaan provider haruslah ada suatu standar atau pedoman tertulis yang dipergunakan untuk mendorong dan menggerakkan suatu kelompok untuk mencapai tujuan organisasi. Tidak terkecuali setiap perusahaan provider, karena Standar Operasional Prosedur (SOP) merupakan tatacara atau tahapan yang dilakukan dan yang harus dilalui untuk menyesuaikan suatu proses kerja tertentu. Di sisi lain ada proses manajemen dalam pelayanan terhadap para pelanggan, dimana setiap perusahaan provider melakukan hal ini, tidak terkecuali GraPARI Telkomsel. Proses manajemen pelayanan harus memperhatikan standar operasional yang telah ditetapkan. Dalam SOP tersebut diharapkan dapat memberikan peningkatan kualitas pelayanan untuk kepuasan pada konsumen.

Dengan menelaah mengenai pentingnya kualitas pelayanan bagi perusahaan jasa maka penulis memberi judul skripsi dengan **“PENGARUH SOP SEBAGAI ACUAN**

## **KERJA PERUSAHAAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN ” (STUDI KASUS PADA PROVIDER GraPARI TELKOMSEL KUDUS).**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah SOP di GraPARI Terlkomsel Kudus berjalan dengan baik ?
2. Bagaimanakah pengaruh SOP perusahaan terhadap kualitas pelayanan provider GraPARI Terlkomsel Kudus?
3. Dimensi – dimensi SOP manakah yang berpengaruh paling signifikan terhadap kualitas pelayanan GraPARI Telkomsel Kudus?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah SOP di GraPARI Terlkomsel Kudus berjalan dengan baik ?
2. Untuk mengatahui pengaruh SOP perusahaan terhadap kualitas pelayanan provider GraPARI Terlkomsel Kudus?
3. Untuk mengetahui dimensi –dimensi SOP manakah yang berpengaruh paling signifikan terhadap kualitas pelayanan GraPARI Telkomsel Kudus?

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dapat peneliti rangkuman ke dalam tiga bagian yaitu:

##### 1. Manfaat Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi dalam meningkatkan kualitas pelayanan dalam rangka memenuhi harapan konsumen

##### 2. Manfaar Bagi Penulis

Merupakan kesempatan untuk menerapkan disiplin ilmu yang didapat selama dibangku kuliah menambah wawasan tentang masalah yang terjadi secara nyata di suatu lingkungan tertentu khususnya masalah yang mengenai kualitas layanan jasa

##### 3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat menambah informasi untuk dijadikan bahan pertimbangan dan referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.