

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan ketat saat ini membuat banyak perusahaan tidak bisa lagi hanya sekedar mendapatkan konsumen dengan cara – cara yang standar. Banyak perusahaan mulai menerapkan prinsip *service excellence* atau pelayanan prima. Dimana mereka akan memberikan pelayanan prima sejak kedatangan pelanggan hingga pelayanan purna jual.

Prinsip “pelanggan adalah raja“, diperhatikan dengan sungguh-sungguh. Kenyataan kecenderungan orang memilih sebuah produk berdasarkan pelayanan yang baik, hingga paska purna jual dari tahun ke tahun terus meningkat. Kualitas *leasing* mungkin sama, harga mungkin berbeda tipis, tetapi yang membedakan adalah berbagai *extra services* yang diberikan untuk memuaskan para konsumen kredit tersebut. Jika sebuah perusahaan ingin sukses dalam memenangkan kompetisi, mereka dituntut untuk memberikan berbagai pelayanan tambahan untuk kemudahan dan kenyamanan konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan hal penting bagi pertumbuhan perusahaan disisi lain “*word of mouth*” terbukti efektif di indonesia, sedangkan apa yang di ungkapkan tersebut akan sangat bergantung kepada pengalaman pelanggan ketika berinteraksi dengan jasa perusahaan yang diberikan.

Keramahan *customer service* yang mempunyai empati terhadap konsumen dan sebagainya. Jika dulu membuat produk dengan kualitas tinggi sudah cukup, faktor harga bersaing juga sudah cukup, saat ini itu semua tidak lagi cukup tanpa adanya *service excellence*.

Pentingnya *service excellence* terhadap pelanggan biasanya berhubungan erat dengan bisnis jasa pelayanan yang dilakukan dalam upaya untuk memberikan rasa puas dan menumbuhkan kepercayaan terhadap pelanggan atau konsumen, sehingga pelanggan merasa dirinya dihargai dan dihormati dengan baik dan benar. *Service Excellence* terhadap pelanggan juga merupakan strategi dalam rangka memenangkan persaingan. Akan tetapi tidak cukup hanya memberikan rasa puas dan perhatian terhadap pelanggan saja, lebih dari itu adalah bagaimana cara merespon keinginan pelanggan, sehingga dapat memberikan kesan positif dari pelanggan.

Service Excellence harus ditunjang dengan kemampuan sumber daya manusia yang handal. Mempunyai visi dan misi yang dapat mengembangkan strategi dan kiat *service excellence* yang mempunyai keunggulan.

Disamping itu harus diupayakan secara terus menerus agar dapat meningkatkan kemampuan para petugas pelayanan agar dapat menumbuhkan dedikasi dan memberikan pelayanan yang sebaik baiknya kepada pelanggan untuk tetap setia dengan produk dan barang jasa kita tanpa sempat untuk melirik atau berkeinginan memakai produk lain.

Makruflis (2015) mendefinisikan pelayanan prima sebagai berikut :

Dalam memberikan pelayanan prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan pelanggan, pihak perusahaan dapat berpedoman pada variabel pelayanan prima. Variabel pelayanan prima tersebut adalah kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), dan tanggungjawab (*accouttability*).

Betapa pentingnya pelayanan prima terhadap pelanggan karena keberhasilan pelayanan prima dapat juga menimbulkan hal- hal sebagai berikut :

1. Pelayanan prima dapat menimbulkan keputusan pihak pelanggan untuk segera mendapatkan produk yang kita tawarkan pada saat itu.
2. Dapat menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap produk kita
3. Dapat mempertahankan agar tetap setia menggunakan produk kita
4. Dapat mendorong pelanggan untuk kembali lagi membeli produk kita

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diketahui bahwa perusahaan *leasing* dalam menyediakan sistem layanan jasa sangat memperhatikan pelayanan prima (*service excellence*) dalam memenuhi kebutuhannya. Maka berdasarkan keadaan tersebut, penyusun tertarik untuk melakukan pengamatan tentang pelaksanaan *service excellence* dan disusun dalam Tugas Akhir yang berjudul **“PELAKSANAAN SERVICE EXCELLENCE OLEH CUSTOMER SERVICE PADA PT.FINANSIA MULTI FINANCE CABANG SURABAYA”**.

1.2 Penjelasan Judul

Agar tidak terjadi salah pengertian dengan apa yang dimaksudkan oleh penulis sehingga pembaca dapat memahami dengan mudah, maka penulis akan menguraikan secara sederhana definisi judul tiap kata yang tertulis pada judul

tersebut. Adapun penjelasan mengenai pelaksanaan *service excellence* di PT. Finansia Multi Finance Cabang Surabaya sebagai berikut :

Pelaksanaan menurut Westra adalah sebagai usaha-usaha yang dilakukan untuk melaksanakan semua rencana dan kebijaksanaan yang telah dirumuskan dan ditetapkan dengan melengkapi segala kebutuhan alat-alat yang diperlukan, siapa yang akan melaksanakan, dimana tempat pelaksanaannya dan kapan waktu dimulainya. Adapun menurut Bintoro Tjokroadmudjoyo bahwa pelaksanaan adalah sebagai proses dalam bentuk rangkaian kegiatan, yaitu berawal dari kebijakan guna mencapai suatu tujuan, maka kebijakan itu diturunkan dalam suatu program dan proyek. Jadi berdasarkan dua definisi di atas, maka pelaksanaan adalah usaha-usaha yang dilakukan untuk melaksanakan semua rencana dan kebijakan guna mencapai suatu tujuan.

Menurut Adawiyah (2015), definisi pelayanan prima (*service excellence*) adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada organisasi/perusahaan. Sedangkan menurut Kasmir (2011 :31) Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan pada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan, agar mereka loyal kepada perusahaan.

Menurut Kotler (2002:143), pelayanan atau *service* adalah kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya

dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Menurut Zeithaml, V.A, M.J Bitner dan D.D Gremler dalam Ratih Hurriyati (2006:15) *customer service* adalah terjadinya penyerahan, proses dan adanya performa atau kualitas yang dapat dirasakan oleh pengguna. Jadi *customer service* adalah suatu pihak yang dalam kegiatannya dapat memberikan manfaat pada pihak lain dengan performa atau kualitas yang baik.

Jadi judul yang dimaksud dalam TA di sini adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh *customer service* untuk melaksanakan semua rencana dan kebijakan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya guna mencapai tujuan agar mereka loyal pada perusahaan.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun penyusunan rumusan masalah dalam proposal ini adalah sebagai berikut :

1. Apa persyaratan untuk menjadi *customer service* di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya?
2. Bagaimana tugas, fungsi dan peran *customer service* dalam meningkatkan *service excellence* terhadap konsumen di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya?
3. Bagaimana konsep *service excellence* di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya?
4. Bagaimana pelaksanaan *service excellence* di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya?

5. Apa upaya yang dilakukan untuk meningkatkan *service excellence* di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya?
6. Apa saja permasalahan yang dialami dalam memberikan *service excellence* serta bagaimana cara menghadapi permasalahan tersebut pada PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui persyaratan menjadi *customer service* di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya.
2. Untuk mengetahui tugas, fungsi, dan peran *customer service* dalam meningkatkan *service excellence* terhadap konsumen di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya.
3. Untuk mengetahui konsep *service excellence* di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya.
4. Untuk mengetahui pelaksanaan *service excellence* di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya.
5. Untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan guna meningkatkan *service excellence*
6. Untuk mengetahui permasalahan dalam memberikan *service excellence* di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya serta solusi dalam menghadapinya.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penyusun

Menambah wawasan dan informasi mengenai pelaksanaan *service excellence* di PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya.

2. Bagi PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bank dalam upaya meningkatkan *service excellence* guna memberikan kepuasan terhadap nasabah.

3. Bagi pembaca

Sebagai bahan bacaan yang dapat memberikan informasi serta menambah pengetahuan tentang pelaksanaan *Service Excellence* yang ada pada PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya

4. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Dapat digunakan sebagai bahan referensi bacaan di perpustakaan STIE Perbanas Surabaya untuk penelitian lebih lanjut khususnya yang berhubungan dengan *service excellence* pada PT. Financia Multi Finance Cabang Surabaya. Sekaligus dapat menjadi contoh atau pertimbangan serta panduan bagi mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.

1.6 Metode Penelitian

Dalam memperoleh data-data yang akan digunakan saya melakukan pengumpulan data, sebagai berikut :

a. Metode Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara mengadakan wawancara atau Tanya jawab langsung kepada pihak yang terkait dengan obyek yang akan ditulis untuk mendapatkan semua informasi perusahaan

b. Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung di PT.Financia Multi Finance Cabang Surabaya yang berhubungan dengan *Service Excellence*.

