

**PENTINGNYA PELAYANAN PRIMA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT. MANDIRI FINANCE INDONESIA (cabang Manado)**

TUGAS AKHIR

Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh Ijazah

Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis

Politeknik Negeri Manado

Oleh

INDRIA HANA YUNI KARIM

NIM. 15 052 001



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
TAHUN 2018**

BAB 1

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan peningkatan era global saat ini menuntut adanya peningkatan kualitas kinerja, dari suatu instansi atau perusahaan yang membrikan pelayanan secara langsung kepada konsumen, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Pelayanan berkualitas adalah pelayanan dimana perusahaan memberikan apa yang diindinkan oleh konsumen dengan baik. Pelayanan yang berkualitas atau sering disebut pelayanan prima merupakan pelayanan terbaik yang memenuhi standar kualitas pelayanan yang akan diberikan oleh perusahaan. Pelayanan prima sangat penting untuk diterapkan bukan hanya dalam perusahaan jasa tetapi juga dalam usaha lainnya. Karena jika dalam suatu kantor atau instansi yang menerapkan pelayanan prima tentunya itu bisa memberikan penilaian yang baik bagi citra kantor tersebut.

Dalam menerapkan serta melaksanakan pelayanan prima perlu adanya dukungan dari pihak lainnya seperti Sumber Daya Manusia (SDM), yakni pegawai atau karyawan yang terlatih atau sudah terbiasa berhadapan langsung dengan konsumen. Hal ini penting karena jika mereka terlatih maka mereka pasti akan mampu berhadapan dengan berbagai macam jenis konsumen. Oleh sebab itu kualitas SDM dalam sebuah kantor atau instansi sangat penting untuk ditingkatkan agar kinerja dari perusahaan dapat terarah dengan sebaik-baiknya. Cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan atau instansi adalah dengan cara melatih karyawan atau sumber daya manusia sehingga terciptalah karyawan yang memiliki kompetensi serta keahlian yang dibutuhkan oleh perusahaan tertentu. Jika

sudah tercipta Sumber Daya Manusia yang memadai maka akan sangat mudah untuk bisa menciptakan suatu layanan yang maksimal. Karena pelayanan prima merupakan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dengan maksimal guna menumbuhkan rasa kepercayaan lebih dari para konsumen atau masyarakat.

Tetapi pada dasarnya masih banyak perusahaan atau instansi yang menyepelekan pelayanan prima. Hal ini disebabkan karena perusahaan menyepelekan rasa kepercayaan dari para konsumen. Masih banyak perusahaan yang mengira hanya karena perusahaan mereka sudah lama melayani konsumen mereka beranggapan bahwa konsumen tidak akan beralih ke yang lain karena konsumen sudah memiliki kepercayaan penuh pada perusahaan tersebut. Perusahaan beranggapan jika mereka memenuhi apa yang diinginkan oleh konsumen maka konsumen tidak akan beralih kepada yang lain tetapi sebenarnya tidak begitu konsumen tidak hanya ingin keinginannya dipenuhi tetapi juga dihargai.

Pelayanan prima adalah pelayanan terbaik manajemen yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara modern dengan mengutamakan kepedulian penuh terhadap konsumen atau pelanggan. Tetapi fakta yang didapatkan di lapangan masih banyak perusahaan atau instansi masih menyepelekan pelayanan prima

Menurut Gronross, Pelayanan adalah satu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasatmata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan untuk memecahkan konsumen atau pelanggan. Sedangkan prima dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah (1) pertama; (2) sangat baik, utama. Jadi dikatakan bahwa pelayanan prima adalah bantuan utama dalam kebaikan yang bermanfaat dan saling menghasilkan satu sama lain, atau dapat dikatakan sebagai manfaat

dan hasil karya yang bukan merupakan komoditas yang nyata artinya hasilnya tidak dapat dilihat secara langsung.

khususnya pada perusahaan yang menghasilkan produk saja mereka beranggapan bahwa pelayanan prima hanya diperuntukkan untuk perusahaan jasa saja. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk menguraikan tentang pentingnya pelayanan prima bagi perusahaan demi mencapai kesuksesan dalam memuaskan keinginan konsumen.

2. **Identifikasi masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis menemukan permasalahan yang

Dijadikan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Fasilitas penunjang untuk ruangan demi kenyamanan konsumen kurang
2. Pelayanan yang diterima konsumen terlalu lama
3. Kurangnya sumber daya manusia bagi perusahaan
4. Kurangnya perhatian dari karyawan kepada konsumen
5. Konsumen mendapat tekanan dari karyawan

3. **Pembahasan Masalah**

Dalam suatu perusahaan pasti adanya masalah yang akan sering dihadapi,

akan tetapi pada kesempatan kali ini penulis akan membatasi ruang lingkup pembahasan, yaitu hanya pada pelayanan prima pada PT. Mandiri Finance Indonesia Manado.

4. **Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian-uraian diatas yang telah dikemukakan, maka telah didapatkan rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana Pelayanan Prima yang diterima konsumen pada PT. Mandiri Finance Indonesia Manado?

1. **Tujuan dan Manfaat**

1. Tujuan

Untuk mengetahui bagaimana pelayanan prima pada PT. Mandiri Finance Indonesia.

2. Manfaat

a. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan mengenai pentingnya pelayanan prima dalam meningkatkan kepuasan konsumen

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta mampu mempengaruhi perusahaan untuk lebih meningkatkan pelayanan prima terhadap konsumen

c. Bagi Politeknik Negeri Manado

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan bagi Mahasiswa Politeknik Negeri Manado Khususnya jurusan Administrasi Bisnis.

6. Metodologi Penelitian

1.6.1 Waktu dan Tempat

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis melakukan penelitian pada tempat dimana penulis melakukan praktik kerja lapangan yaitu pada PT. Mandiri Finance Indonesia Cabang Manado, yang berlokasi di Jl. Wolter Monginsidi no.1 Blok Sw, komp, bahu mall Malalayang Manado Sulawesi Utara. Adapun waktu penelitian yang dilakukan yaitu pada bulan Februari hingga bulan Mei tahun 2018.

2. Jenis dan Metode Penelitian

1. Observasi

Melakukan pengamatan langsung ke perusahaan pada waktu praktik kerja lapangan

1.6.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari hasil pengamatan pada PT. Mandiri Finance Indonesia Manado

2. Data penulis adalah data yang diperoleh dari hasil karya tulisan seseorang atau bisa disebut pengertian sendiri yang diperoleh dari data yang dikumpulkan dari berbagai sumber

3. Data sekunder yaitu penelitian ini penulis menggunakan buku-buku panduan serta mencari informasi lewat internet sesuai dengan judul yang telah dipilih oleh penulis

1.6.4 Alat Analisis

Dalam menganalisa data yang diperoleh maka penulis menggunakan analisa “Desccriptive” yaitu dengan cara melakukan pengamatan secara langsung dan mendeskripsikan teori serta menceritakan tentang fakta yang diamati penulis di PT. Mandiri Finance Indonesia (cabang Manado)

3.3 Definisi Operasional

a. Pelayanan Prima

Pelayanan adalah mengerti dan memberikan kebutuhan pelanggan kita, dengan usaha terbaik untuk memenuhinya. Pelayanan didukung oleh ketulusan untuk membantu, dan kesadaran tinggi bahwa melayani merupakan tanggung jawab setiap orang. Pelayanan prima merupakan hal yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan barang/jasa karena hal ini merupakan faktor utama konsumen akan terus

menggunakan layanan yang

kita berikan. Pelayanan prima adalah pelayanan maksimal yang diberikan perusahaan kepada konsumen.

b. Customer Service

layanan pelanggan atau customer service merupakan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen sesuai dengan yang dijanjikan oleh perusahaan. Customer service merupakan suatu strategi memberikan service yang berarti kepada pelanggan. customer service memiliki pengertian yang paling bawah yakni memberikan sesuatu yang bukan hak pelanggan tetapi perusahaan memberikannya sebagai hadiah.

d. Kepuasan Pelanggan

Teori kepuasan pelanggan mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh pelanggan pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan atau mengonsumsi produk/jasa. Dengan demikian kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian, di mana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan. Berdasarkan pengertian tersebut, maka kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dengan harapannya.