

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejalan dengan semakin pesatnya pertumbuhan dan perubahan ekonomi serta kegiatan bisnis, mendorong perusahaan harus mau menghadapi persaingan global yang menyebabkan perusahaan semakin sensitif terhadap adanya kompetisi, terutama bagi perusahaan yang berkecimpung dalam lingkungan usaha yang mempunyai tingkat pertumbuhan dan perkembangan yang berubah dengan cepat dan dinamis. Selain itu untuk menjaga kelangsungan usaha dan menghadapi tingkat persaingan yang semakin kompetitif, setiap perusahaan dituntut untuk selalu berusaha melakukan perbaikan berkelanjutan (*Sustainability Development*) terhadap aktivitas perusahaan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan mutu dari perusahaan dengan melibatkan eksternal perusahaan.

Eksistensi dan citra perusahaan tidak dapat dipisahkan dari aspek-aspek yang berperan penting dalam pengukuhan perusahaan di mata masyarakat. Oleh karena itu salah satu upaya yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan jasa maupun barang yaitu minimal menjaga bahkan terus berupaya meningkatkan kepuasan pelanggan agar mampu bersaing dan *survive* di pasaran, sehingga mampu merebut hati masyarakat yang merupakan sasaran utama yang dijadikan objek atas kegiatan perdagangan dan persaingan tersebut dan mampu menguasai pasar. Pada era teknologi yang serba maju seperti saat ini, kecepatan dan ketepatan adalah hal mutlak yang menjadi harga mati suatu perusahaan untuk terus memenuhi kebutuhan dan juga demi menjaga citra perusahaan.

Citra perusahaan penting bagi setiap perusahaan karena merupakan keseluruhan kesan dan karakter yang terbentuk dibenak masyarakat tentang perusahaan (Kanaidi, 2010:33). Dengan demikian, dapat dipastikan bahwa citra perusahaan sangat penting dalam membangun tujuan perusahaan dalam

jangka panjang. Namun, perusahaan-perusahaan di Indonesia saat ini belum cukup mampu bersaing dalam membangun citra produk jasa atau barang yang dijual. Ketidak-sungguhan mereka dalam membangun citra terlihat dari tidak adanya tim khusus yang bertugas untuk mengevaluasi citra perusahaan serta minimnya alokasi dana untuk kegiatan itu. Ditambah lagi jika pengukuran dilakukan tidak secara sistematis kesadaran terhadap perlunya membangun citra perusahaan sulit ditumbuhkan.

Dalam pelayanan khusus untuk memberikan point kepada perusahaan, Menurut Zheithalm dalam Ariani (2009:180), ada lima dimensi pokok yang dikenal dengan SERQUAL (Service Quality) yang perlu dimiliki oleh perusahaan dalam membangun citranya di masyarakat yakni, bukti fisik; meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Dengan demikian bukti langsung/wujud merupakan satu indikator yang paling konkrit. Wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat. kepercayaan; merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan, keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk menampilkan pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan konsisten. Keandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu tertentu. Pemenuhan janji pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi ketepatan waktu dan kecakapan dalam menanggapi keluhan pelanggan serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat. daya tanggap; yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan suatu akibat akal dan pikiran yang ditunjukkan pada pelanggan. jaminan; mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan. Jaminan adalah upaya perlindungan yang disajikan untuk masyarakat bagi warganya terhadap resiko yang apabila resiko itu terjadi akan dapat mengakibatkan gangguan dalam

struktur kehidupan yang normal. empati; meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Empati merupakan *individualized attention to customer*. Empati adalah perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan. Perlu dipahami pentingnya aspek bentuk fisik, ketanggapan, keandalan jaminan dan juga empati sebagai indikator dalam memenuhi kepuasan pelanggan adalah kesatuan untuk menciptakan suatu citra bagi perusahaan, keberhasilan perusahaan tidak hanya tergantung pada mutu produk dan jasanya tapi juga pada kepiawaian membangun kepuasan pelanggan hingga menciptakan citra perusahaan. maka seharusnya setiap perusahaan perlu mengetahui citranya di masyarakat guna memperbaiki sistem dan pelayanan kepada pelanggan.

Dari penjelsan latar belakang diatas penulis mengangkat judul “**Bentuk fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, dan Empati Terhadap Citra Perusahaan**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Bentuk Fisik berpengaruh terhadap citra perusahaan?
2. Apakah Keandalan berpengaruh terhadap citra perusahaan?
3. Apakah Ketanggapan berpengaruh terhadap citra perusahaan?
4. Apakah Jaminan berpengaruh terhadap citra perusahaan?
5. Apakah Empati berpengaruh terhadap citra perusahaan?
6. Apakah Bentuk Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati secara bersama-sama berpengaruh terhadap Citra Perusahaan (Simultan)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang diajukan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Bentuk Fisik terhadap citra perusahaan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Keandalan terhadap citra perusahaan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Ketanggapan terhadap citra perusahaan.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Jaminan terhadap citra perusahaan.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Empati terhadap citra perusahaan.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Bentuk Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Empati secara bersama-sama terhadap Citra Perusahaan (Simultan).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak terutama pihak yang memiliki kepentingan langsung dalam masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan : Untuk memberikan saran dan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan strategi peningkatan citra perusahaan.
2. Bagi Peneliti : Untuk tambahan ilmu dan pengetahuan serta informasi yang digunakan dalam penelitian.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya : sebagai referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian dibidang yang sama.