

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG MASALAH**

Konsumen sebagai pengguna barang dan jasa dalam melakukan pembelian banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor tersebut mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam mempengaruhi proses keputusan untuk membeli suatu produk bagi seseorang konsumen. Dalam hal persaingan yang dihadapi oleh kebanyakan perusahaan dalam berbagai industri tampaknya semakin ketat, perebutan tempat di hati konsumen akan mempengaruhi kebutuhan mereka di pasar. Perusahaan akan mendapatkan tempat di hati konsumen bila segala sesuatu yang ditawarkan sesuai dengan yang mereka kehendaki. Karena itu pemahaman yang sungguh-sungguh tentang perilaku konsumen sangat dituntut oleh produsen.

Suatu perusahaan dalam aktivitasnya menjadi hal wajib untuk mengelola jasa dengan baik, sehingga secara prinsip memerlukan manajemen profesional pada pemasaran, operasi maupun sumber daya manusia, integrasi unsur-unsur tersebut akan menjadi kunci keberhasilan perusahaan jasa untuk meningkatkan performansi. Kualitas merupakan titik awal dalam merebut pangsa pasar sehingga tingkat kepuasan tidak hanya perlu dipertahankan tetapi juga harus ditingkatkan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menggerakkan, mengatur dan mengkoordinasikan kegiatan dari berbagai kelompok tenaga profesional, semi profesional dan tenaga non profesional yang ada sehingga dapat mencapai tujuan yang telah direncanakan. Kepuasan pelanggan akan menjadi dasar pengembangan berbagai model perilaku pembeli. Selain itu kepuasan

pelanggan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi ke arah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing yang berkelanjutan.

Kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan diketahui apabila melakukan suatu pengukuran dan pengujian terhadap konsumen. Pelayanan dinilai memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Pengukuran kepuasan konsumen merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Penggunaan dimensi kualitas pelayanan sebagai alat ukur yang diharapkan sebuah perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumennya. Dengan diketahuinya hasil pengukuran kepuasan konsumen perusahaan bisa mempersiapkan strategi yang nantinya akan diterapkan dalam rangka menciptakan loyalitas konsumen.

Pada kenyataannya kepuasan pelanggan seringkali dikesampingkan atau kurang diperhatikan secara baik oleh setiap individu dalam organisasi. Dari perspektif pelanggan/konsumen seringkali muncul begitu banyak keluhan menyangkut mutu produk, harga yang terlampau tinggi, jaminan purna jual yang tidak memadai dan sebagainya. Pada saat sekarang dan masa yang akan datang sejalan dengan perkembangan yang terjadi, tingkat pendidikan masyarakat meningkat, jalan pikiran menjadi lebih modern diikuti dengan kesadaran akan pentingnya kualitas pelayanan. Terdapat lima determinan atas kualitas pelayanan yang ada (Alma, 2003), yaitu meliputi bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan perhatian (*emphaty*), variabel tersebut di atas sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan yang diberikan pihak perusahaan dan berdampak dalam usaha menciptakan loyalitas konsumen.

Loyalitas konsumen dapat dijadikan dasar atau patokan dalam mengambil kebijakan untuk menambahkan atau mengurangi nilai produk bagi konsumen. Dimana perusahaan akan memperoleh informasi dari konsumen yaitu mengenai kegiatan menafsirkan, memproses, dan menyimpan informasi mengenai produk dan merk. Oleh karena itu loyalitas pelanggan dapat mempengaruhi rasa percaya diri konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Loyalitas konsumen dapat menunjukkan seberapa besar dukungan seorang konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Di sisi lain loyalitas konsumen dapat membuktikan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Poltekpel Surabaya dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumennya meningkat. Pihak Poltekpel Surabaya perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Menjalin hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Hal inilah yang disebut orientasi pada konsumen.

Data peserta diklat menunjukkan bahwa jumlah peserta setiap bulannya mengalami perubahan. Kadang-kadang naik atau sebaliknya. Dalam penelitian ini, peneliti fokus pada pelayanan publik. Peserta Diklat terjadi fluktuasi dan masih berada di bawah target peserta yang telah ditetapkan. Realitas jumlah peserta yang fluktuatif dan di bawah target tersebut perlu dikaji dengan menganalisis faktor-faktor yang dapat menjelaskan fenomena tersebut.

Kualitas pelayanan penyelenggaraan diklat menjadi faktor yang sangat penting karena kualitas pelayanan yang diberikan akan menentukan sejauh mana para peserta diklat dapat mengikuti semua rangkaian kegiatan

dalam diklat. Pelayanan penyelenggara diklat ini juga nantinya akan menentukan berhasil atau tidaknya diklat tersebut. Hal ini dapat dimaklumi karena pada dasarnya diklat serta pelayanan yang diberikan merupakan satu kesatuan dari proses yang akan menghasilkan suatu perubahan perilaku sasaran diklat. Secara konkrit perubahan perilaku itu berbentuk peningkatan kemampuan dari sasaran diklat. Kemampuan ini mencakup kognitif, efektif maupun psikomotor. Apabila dilihat dari pendekatan sistem, maka proses pendidikan dan pelatihan itu sendiri terdiri dari *input* (sasaran diklat) dan *output* (perubahan perilaku) dan faktor yang mempengaruhi proses tersebut.

Oleh karena itu, pihak Poltekel Surabaya perlu mengevaluasi faktor-faktor pelayanan yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen agar dapat memperbaiki tingkat pelayanan dan memberikan tingkat kepuasan tersendiri pada konsumennya yaitu peserta diklat. Dengan kepuasan konsumen terhadap pelayanan maka akan timbul Loyalitas seorang konsumen bagi perusahaan atau organisasi, maka sudah seharusnya konsumen/masyarakat diposisikan pada posisi yang utama untuk dipuaskan dalam setiap perencanaan dan aktivitasnya yang dilakukan. Berdasarkan uraian diatas, maka diajukan sebuah penelitian dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Publik Pada Politeknik Pelayaran Surabaya”.

## 1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah :

“Bagaimana Kualitas Pelayanan Publik pada Politeknik Pelayaran Surabaya ?”

### **1.3 BATASAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dibatasi pada kualitas pelayanan publik pada loket pelayanan.

### **1.4 TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan diadakannya penelitian ini adalah :

“Untuk mengetahui Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Publik Pada Politeknik Pelayaran Surabaya.”

### **1.5 MANFAAT PENELITIAN**

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai Kualitas Pelayanan Publik, yaitu :

#### **1. Manfaat bagi Peneliti**

Penelitian ini dilakukan untuk menambah wawasan tentang kualitas pelayanan serta untuk penyusunan skripsi sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana di Program Studi Administrasi Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya.

#### **2. Manfaat secara Teoritis**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya

mengenai pelayanan publik sebagai peningkatan kualitas layanan masyarakat.

### 3. Manfaat bagi Pemerintah

Sebagai masukan untuk memperbaiki kualitas pelayanan yang akan membangun kepercayaan masyarakat serta mampu memberikan pelayanan yang berkualitas di setiap keperluan masyarakat sebagai pengguna layanan.

### 4. Manfaat bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini agar menjadi informasi bagi masyarakat tentang tujuan pelayanan publik sebagai bentuk kewajiban aparatur pemerintah kepada masyarakat dengan berlandaskan asas transparansi, akuntabilitas, kondisional, partisipatif, kesamaan hak serta keseimbangan hak dan kewajiban, dalam memberi kejelasan pelayanan atas kebutuhan masyarakat.

## 1.6 SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

Penelitian ini disusun secara terperinci dalam lima bab dengan urutan sebagai berikut :

### **BAB I           Pendahuluan**

Bab pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II          Tinjauan Pustaka**

Berisi landasan teori yang mendasari penelitian, membahas hasil-hasil penelitian terdahulu yang sejenis, dan kerangka

pemikiran yang menggambarkan hubungan antar variabel penelitian, serta hipotesis penelitian.

### **BAB III Metode Penelitian**

Menguraikan deskripsi dari variabel-variabel penelitian, definisi operasional, penentuan sampel penelitian, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data penelitian, serta metode analisis data dan alat analisis yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB IV Hasil dan Pembahasan**

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasannya.

### **BAB V Penutup**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.