

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sejalan dengan perkembangan perekonomian Indonesia yang menuju pada perekonomian lepas landas dan era globalisasi, maka perkembangan dunia usaha dalam berbagai bidang akan mengalami kemajuan dan berimbang pula. Salah satu contoh yang menopang perkembangan perekonomian di Indonesia yaitu kehadiran perusahaan-perusahaan yang bergerak pada sektor perdagangan baik produk ataupun jasa, yang berperan dalam mendorong lajunya perkembangan khususnya yang menyangkut hajat hidup orang banyak dan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Banyaknya perusahaan yang ada dan saling tergantung dengan perusahaan lain yang saling membutuhkan maka dibutuhkan keunggulan dalam satu perusahaan tersebut baik keunggulan pelayanan maupun produk. Selain hal tersebut banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama menuntut perusahaan memiliki kelebihan agar konsumen tetap memilih perusahaan tersebut.

Dalam pemasaran suatu produk atau jasa saat ini sangat membutuhkan keunggulan pelayanan, karena konsumen merasa raja yang harus dihormati maka dari itu perusahaan harus memberikan pelayanan sebaik mungkin agar konsumen tidak beralih ke perusahaan pesaing dan tetap loyal ke perusahaan tersebut. Oleh karena itu perusahaan harus melaksanakan kualitas jasa baik untuk perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan produk maupun jasa. Termasuk perusahaan yang bergerak pada penjualan bahan-bahan material, banyaknya kebutuhan bangunan saat ini banyak muncul perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan bahan material. Untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain maka perusahaan tersebut harus memiliki keunggulan baik kualitas barang dan juga dalam hal pelayanan.

Pelaksanaan kualitas jasa sangat dibutuhkan dalam perusahaan yang bergerak dalam penjualan bahan material agar perusahaan tersebut tetap dapat bersaing dengan perusahaan pesaing. Meski perusahaan tersebut bergerak dalam bidang penjualan besar tetap harus menjaga hubungan baik dengan konsumen dengan cara melaksanakan kualitas jasa.

Perusahaan BB-Mart (Besi Baja Material), cikutra, Bandung yang bergerak dalam penjualan bahan-bahan bangunan yang menawarkan kelengkapan dan harga murah dan juga mengutamakan pelayanan juga menerapkan kualitas jasa agar konsumen tetap royal terhadap perusahaan ini yang pemiliknya adalah Baratha Brother. Perusahaan ini termasuk perdagangan besar karena dapat dianggap sebagai grosir besi dan baja juga bahan material lainnya. Meski demikian perusahaan ini tetap menjaga dan meningkatkan kualitas jasa yang merupakan bagian dari aktivitas pemasaran yang harus dikelola dengan baik.

Setiap perusahaan tentunya memiliki strategi pemasaran untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan tersebut begitu juga dengan perusahaan BB-Mart yang memiliki strategi pemasaran untuk menjaga kestabilan dan bahkan menaikkan hasil penjualan yang dihasilkan oleh BB-Mart. Strategi pemasaran yang di utamakan adalah melaksanakan kualitas jasa.

Menurut perusahaan BB-Mart untuk menjaga hubungan baik dengan para konsumen harus menerapkan kualitas jasa karena dengan melaksanakan kualitas jasa diakui dapat membantu dalam penjualan dan loyalitas konsumen terhadap perusahaan ini. Maka dari itu BB-Mart selalu menjaga pelaksanaan kualitas jasa dalam menjalankan proses pemasarannya.

Berdasarkan uraian dan latar belakang masalah tersebut maka penulis merasa tertarik untuk membahas lebih jauh permasalahan tersebut dalam suatu bentuk Laporan Tugas Akhir dengan judul **“TINJAUAN PELAKSANAAN KUALITAS JASA PADA BB-MART, CIKUTRA BANDUNG”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas jasa pada BB-Mart cikutra, Bandung.
2. Apa saja yang menjadi faktor penghambat dalam pelaksanaan kualitas jasa pada BB-Mart.
3. Bagaimana upaya-upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan dalam pelaksanaan kualitas jasa pada BB-Mart.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pelaksanaan kualitas jasa dalam upaya meningkatkan minat konsumen pada BB-Mart
2. Mengetahui apa yang menjadi faktor penghambat dalam pelaksanaan kualitas jasa pada BB-Mart
3. Mengetahui solusi dari hambatan pelaksanaan kualitas jasa pada BB-Mart

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan dari dua aspek, yaitu:

1. Aspek pengembangan ilmu
2. Aspek pengembangan praktis.

Dari aspek pengembangan ilmu ini diharapkan memberikan manfaat khususnya bagi, penulis sendiri diharapkan dapat menambah wawasan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya kualitas jasa.

Sedangkan dari aspek pengembangan praktis dapat bermanfaat:

1. Bagi Perusahaan

Dengan harapan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan perusahaan dalam menghadapi masalah-masalah yang berkaitan dengan pelaksanaan kualitas jasa pada BB-Mart Cikutra Bandung.

2. Pihak Lain

Bagi pihak-pihak lain, terutama rekan-rekan mahasiswa serta pembaca lainnya. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan yang sekiranya diperlukan pada bidang manajemen pemasaran khususnya tentang pelaksanaan kualitas jasa.

1.5. Metode Penelitian

Metode observasi yang digunakan bersifat deskriptif analisis menurut Sukmadinata dalam bukunya Metode Penelitian Pendidikan (2006:72) menyatakan bahwa analisis deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena yang lainnya.

1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di BB-Mart Cikutra Bandung yang terletak di jalan Cikutra No. 186, Bandung. Penelitian dilaksanakan pada tanggal 6 Februari 2012 sampai dengan 6 April 2012.