

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis pada era globalisasi seperti saat ini meningkat dari tahun ke tahun. Persaingan tersebut terjadi di berbagai macam bisnis, termasuk bisnis layanan jasa. Selayaknya kebutuhan akan produk, masyarakat juga tidak pernah lepas dari kebutuhan akan jasa. Meningkatnya sektor jasa juga dipicu oleh beberapa faktor diantaranya meningkatnya tuntutan konsumen terhadap kualitas, pengurangan biaya, pelayanan jasa, konsumen internal, peningkatan produksi dan berkembangnya organisasi Nirlaba. Sebelum menjalankan kegiatan-kegiatan, perusahaan membutuhkan perencanaan yang akurat dan penetapan kebijakan-kebijakan yang tepat sehingga kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan optimal dan tujuan perusahaan dapat dicapai semaksimal mungkin. Yesenia dan Siregar (2014) mengemukakan bahwa persaingan antar perusahaan pada masa kini bukan lagi berorientasi pada cara meningkatkan volume penjualan tetapi lebih berorientasi bagaimana memuaskan kebutuhan pelanggan dan menciptakan loyalitas.

Pemasaran tidak lagi dipandang sebagai bagian yang terpisah dari organisasi yang hanya berperan sebagai proses penjualan produk. Perkembangan konsep pemasaran sendiri tidak terlepas dari fungsi-fungsi organisasi yang lain dan pada akhirnya mempunyai tujuan untuk memuaskan pelanggan. Pemasaran jasa merupakan suatu tindakan yang ditawarkan pihak produsen kepada konsumen berupa jasa yang tidak dapat dilihat, dirasa, didengar atau diraba namun dapat dirasakan manfaatnya oleh konsumen. Jasa merupakan tindakan atau kegiatan yang mencakup semua aktivitas yang outputnya berupa kinerja (hasil) yang diterima oleh pelanggan atau konsumen. Dimana antara pelanggan atau konsumen dan produsen (pihak pemberi jasa) mempunyai keterkaitan satu sama lain, hal tersebut dapat terlihat dalam nilai tambah value yang diberikan oleh produsen (pihak pemberi jasa) kepada pelanggan atau konsumen dalam bentuk kenyamanan, hiburan kecepatan dan kesehatan. Menurut Hurriyanti (2010: 41) “mendefinisikan pemasaran jasa harus mampu mengidentifikasi bentuk persaingan yang akan dihadapi, menetapkan berbagai standart kinerja dan mengenali baik para pesaing”.

Kualitas pelayanan memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu penting dari kepuasan

pelanggan dan secara langsung akan mempengaruhi keberhasilan perusahaan. Menurut Berry, et al (1994) memberikan kualitas pelayanan yang prima merupakan strategi pemenang dan dapat menciptakan kepercayaan pelanggan dan keunggulan kompetitif. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Jika pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal, sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan buruk.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas produk atau jasa yang ditawarkan kualitas layanan adalah strategi organisasi dan terdapat integritas dalam layanan ketika organisasi melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Integritas layanan dapat membantu organisasi dalam pengukuran strategi organisasi dan pelaksanaannya berlangsung pada titik kontak pelanggan (Aryani dan Rosinta, 2010). Menurut Parasuraman,dkk dalam Tjiptono (2002) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan dari konsumen atas kinerja yang telah diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Menurut Band (1991) dalam (Setiyawati,2009) kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Pentingnya kepuasan pelanggan bagi pembisnis yaitu demi mempertahankan kelangsungan hidup bisnis tersebut dalam jangka panjang. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada konsumen lain. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi pengusaha tersebut. Widodo dalam Wedarini (2012:28) menyatakan bahwa seseorang yang kembali membeli, dan akan memberitahu yang lain tentang pengalaman baiknya dengan produk tersebutdapat dikatakan pelanggan tersebut merasa puas.

Persaingan dalam bisnis jasa salah satunya adalah jasa perbaikan, yaitu bengkel AHASS (Astra Honda Authorized Service Station). PT Astra Honda Motor menghadirkan solusi mobilitas bagi masyarakat dengan produk dan layanan terbaik. Sejak pertama kali hadir di Indonesia, sepeda motor Honda selalu dicintai dan dipercaya menjadi patner berkendara masyarakat. Berbekal kepercayaan ini, PT Astra Honda Motor secara konsisten melakukan

inovasi pada produk dan teknologinya, terus meningkatkan layanan di jaringan penjualan dan purna jual Honda, serta intens beraktivitas dan berkomunikasi dengan

masyarakat melalui berbagai platform. Sebagai bagian dari bangsa Indonesia, PT Astra Honda Motor senantiasa memperkuat kontribusinya di berbagai bidang, seperti keselamatan berkendara, pendidikan, lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat. PT Astra Honda Motor memiliki bengkel resmi dari Honda AHASS motor yang menangani perbaikan sepeda motor merek Honda di seluruh Indonesia yang diharapkan dapat membantu masyarakat dan berkontribusi dalam membantu masyarakat dalam perbaikan sepeda motor di seluruh Indonesia. Seperti halnya di daerah Lumajang khususnya daerah Senduro, terdapat bengkel resmi dari PT Astra Honda Motor yaitu bengkel Ahass Tria Senduro Motor yang menyediakan pelayanan kepada pelanggan bengkel AHASS antara lain jaminan terhadap sepeda motor pelanggan yang diservis atau diperbaiki di bengkel Ahass Tria Senduro motor serta fasilitas pendukung seperti tempat duduk pelanggan yang nyaman. Selain itu pelayanan yang diberikan oleh bengkel Ahass Tria Senduro Motor meliputi pelanggan mencoba sepeda dahulu apakah sudah enak dan nyaman atau belum. Selain itu perusahaan juga memberikan pelayanan yang bisa dilihat dari tanggapan karyawan dalam hal melayani pelanggan yang ingin melakukan perbaikan sepedanya atau servis serta melayani segala macam keluhan yang dialami pelanggan. Tujuan bengkel Ahass Tria Senduro Motor adalah pelanggan merasakan puas dengan kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan, Karena apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kurang akan menyebabkan pelanggan tidak merasa puas dengan apa yang didapatkan serta yang diharapkan, sehingga pelanggan akan beralih keperusahaan lain. Masalah yang sering muncul di tempat bengkel Ahass Tria Senduro Motor adalah banyaknya pelanggan atau masyarakat yang mengeluhkan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan bengkel Ahass Tria Senduro Motor. Hal-hal yang biasanya dikeluhkan oleh para pelanggan bengkel Ahass Tria Senduro Motor seperti halnya terbatasnya fasilitas penunjang yang ada di bengkel Ahass Tria Senduro Motor seperti tidak adanya wifi untuk para pelanggan, serta hal-hal yang berkaitan dengan kesiapan karyawan di bengkel Ahass Tria Senduro Motor dalam melayani perbaikan motor atau motor pelanggan servis sepeda serta penanganan keluhan pelanggan kurang cepat dan kurang tepat di bengkel Ahass Tria Senduro Motor.

Tabel 1.1. Data Pengunjung Selama Tahun 2018, 2019 dan 2020

No	Bulan	Tahun		
		2018	2019	2020
1	Januari	423	463	250
2	Februari	417	432	230
3	Maret	406	439	247
4	April	420	441	239
5	Mei	306	301	207
6	Juni	340	348	259
7	Juli	459	450	255
8	Agustus	398	392	240
9	September	453	462	262
10	Oktober	396	384	233
11	November	431	421	249
12	Desember	360	354	242
	Total	4.809	4.887	2.913

Sumber: data ahas tria senduro motor 2018,2019,2020

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa pelanggan AHASS Tria Senduro Motor dalam 3 tahun yaitu 2018, 2019 dan 2020. Dapat diketahui pelanggan yang berkunjung untuk memperbaiki Motor mengalami ketidakstabilan. Jumlah pelanggan tertinggi pada AHASS Tria Senduro Motor pada tahun 2019 yaitu dengan jumlah 4.887 pelanggan. Dengan ketidakstabilan pengunjung beberapa harus diperbaiki dalam pelayanan pada pelanggan. Selain permasalahan perbaikan dalam pelayanan ada beberapa permasalahan yaitu munculnya pesaing baru dengan kualitas pelayanan yang baik. Strategi sangat diperlukan untuk mengembalikan pelanggan AHASS Tria Senduro Motor.

Tabel 1.2. Pra-Survey bengkel ahas Tria Senduro Motor

No	Pertanyaan	Jawaban %	
		Puas	Tidak Puas
1	Penyediaan fasilitas tata letak service, tempat duduk, toilet dan TV serta tempat yang terlihat rapi pada Ahas Tria Senduro Motor	60,6%	39,4%

2	Karyawan pada bengkel Ahass Tria Senduro Motor mengerjakan pekerjaan sesuai permintaan konsumen	64,5%	35,5%
3	Karyawan pada bengkel Ahass Tria Senduro Motor melayani sesuai dengan kedatangan pelanggan dan mengatasi keluhan pelanggan	43.1%	66.9%
4	Kelengkapan pelayanan bengkel Ahass Tria Senduro Motor serta kemampuan karyawan dalam memberikan layanan	42,9%	57,1%
5	Kemampuan karyawan dalam memberikan keramahan serta kenyamanan dalam menyampaikan informasi pada pelanggan.	47.3%	52.7%

Sumber : Ahass Tria Senduro Motor 2021

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa beberapa indikator memiliki nilai yang rendah dan secara keseluruhan masih kurang mencapai nilai sempurna. Maka dari itu peneliti melakukan pra survei di bengkel trias ahass motor senduro lumajang tentang kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Dikaitkan dengan indikator Zeithaml, Parasuraman & Berry (dalam Hardiansyah 2011:46) diketahui kepuasan pelanggan di bengkel ahass tria senduro motor masih kurang maksimal, oleh karena itu, peneliti mengajukan penelitian di tempat tersebut.

Penelitian terdahulu oleh Panjaitan (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan termasuk dalam kategori baik dan artinya kualitas pelayanan mendapatkan pengaruh yang baik bagi pelanggan. Penelitian terdahulu oleh Liliani (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mubasyiroh (2018) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruh dominan paling besar terjadi pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian terdahulu yang dilakukan Wenda (2013) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien sebesar 0,395 dan *t value* sebesar 0,000. Penelitian terdahulu yang dilakukan Astuti (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan dengan indikatornya adalah bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati. Penelitian terdahulu

yang dilakukan Haryanto (2016) menunjukkan bahwa strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Utami (2015) menunjukkan bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian terdahulu yang dilakukan Halief (2017) menunjukkan bahwa *customer satisfaction index* didapatkan nilai sebesar 68,27 %, dimana nilai tersebut berada dalam kategori *fair* (cukup) sarana permainan edukasi, harga tiket masuk sesuai fasilitas yang ditawarkan. Penelitian terdahulu yang dilakukan Kamaludin menunjukkan bahwa tingkat kepuasan dosen Universitas Negeri Surabaya terhadap kinerja layanan SIAKADU saat ini berada diantara nilai persentase 66% – 80% yang berarti berada pada kategori “Puas”, yaitu 76.22%. Penelitian terdahulu yang oleh Hidayat (2014) menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan, harga, kepercayaan, citra perusahaan dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di Telkom Speedy Palangkaraya.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kualitas Layanan Service Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Motor Honda Beat Pada Bengkel Ahass Tria Senduro Motor.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah bukti fisik (*tangibles*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan AHASS Tria Senduro Motor?
2. Apakah ketanggapan (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan AHASS Tria Senduro Motor?
3. Apakah jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan AHASS Tria Senduro Motor?
4. Apakah perhatian (*empaty*) berpengaruh terhadap pelanggan AHASS TriaSenduro Motor?
5. Apakah keandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap pelanggan AHASS TriaSenduro Motor?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan AHASS Tria Senduro Motor.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan AHASS Tria Senduro Motor.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan AHASS Tria Senduro Motor.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh perhatian (*empaty*) terhadap kepuasan pelanggan AHASS Tria Sennduro Motor.
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan AHASS Tria Senduro Motor.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain :

a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi suatu bahan pertimbangan atau sebagai bahan masukan bagi Honda AHASS Motor dalam menentukan kebijakan perusahaan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

b. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi serta menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi strategi bersaing dalam perencanaan usaha, serta sebagai acuan dalam penelitian yang akan datang.

c. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan pada bidang manajemen khususnya pada bidang penetapan kualitas pelayanan untuk mengetahui kepuasan pelanggan sehingga mampu bersaing dengan bengkel Ahass motor lainnya yang berada di Lumajang.