

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan alat transportasi terutama kendaraan roda empat atau mobil terjadi juga di Indonesia dan menjadi peluang bagi para pelaku bisnis mobil Indonesia untuk meningkatkan profit perusahaan melalui berbagai cara strategi untuk dapat meraih penjualan yang maksimal dari tiap perusahaan karena kebutuhan konsumsi dari mobil yang terus meningkat. Dewasa ini dengan mengikuti perkembangan jalan, kebutuhan manusia akan mobilitas dari tempat satu ketempat yang lain semakin meningkat. Sehingga secara otomatis akan meningkatkan kebutuhan alat transportasi terutama alat transportasi yang memiliki efektivitas dan efisiensi. Hal ini merupakan peluang bagi para pelaku bisnis dibidang transportasi kendaraan roda empat atau mobil yang memiliki efektivitas dan efisiensi. Para produsen mobil mencoba menawarkan produk terbaik dan sesuai selera konsumen sehingga diharapkan akan menciptakan permintaan. Penerapan strategi pemasaran yang tepat diharapkan akan meningkatkan volume penjualan sehingga dapat memenangkan persaingan.

Diantara perusahaan-perusahaan industri yang bersaing tersebut, termasuk didalamnya kelompok perusahaan yang bergerak dibidang industri kendaraan bermotor (otomotif). Perkembangan industri otomotif di Indonesia sendiri terus mengalami peningkatan yang berarti. Perkembangan dunia industri tersebut dapat dilihat dengan bermunculannya merek-merek baru dalam dunia industri tersebut. Kendaraan pribadi (mobil) sebagai sarana transportasi menjadi semakin penting bagi kehidupan manusia saat ini. Aktivitas yang padat dan banyaknya tempat yang harus dituju setiap harinya mendorong manusia untuk memiliki kendaraan yang cepat dan nyaman untuk digunakan. Industri otomotif dapat digolongkan menjadi beberapa jenis, diantaranya adalah industri sepeda motor dan industri mobil. Meningkatnya mobilitas masyarakat pada saat ini dan didukung dengan kurang representatifnya transportasi umum di Indonesia membuat industri otomotif mobil maupun sepeda motor berkembang dengan pesat. Pemerintah dianggap tidak mampu untuk memberikan pelayanan transportasi yang baik kepada masyarakat. Hal ini menjadikan masyarakat memiliki keinginan yang tinggi untuk menggunakan kendaraan pribadi baik kendaraan roda dua maupun roda empat, hal tersebut menjadi salah satu alasan industri ini mengalami pertumbuhan yang pesat.

Peningkatan jumlah penjualan mobil yang terjadi di Indonesia mampu mendorong peningkatan jumlah usaha mobil. PT. Buana Perkasa Permai Jember merupakan salah satu dari banyak usaha penjualan mobil yang ada di Kabupaten Jember yang beralamat di jalan Hayam Wuruk 40 Sempursari Kaliwates, Jember. Hal tersebut mengakibatkan persaingan diantara *showroom* mobil menjadi semakin ketat.

Oleh sebab itu, *showroom* tersebut terus gencar melakukan berbagai cara untuk memenangkan persaingan pasar, salah satu cara memenangkan pasar tersebut adalah memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Susanto (2004) beranggapan bahwa pelanggan memang harus dipuaskan, sebab bila mereka tidak puas mereka akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, ini akan menyebabkan penurunan penjualan yang tentunya akan menurunkan laba atau membuat kerugian. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Kemudian strategi berikutnya adalah kualitas pelayanan. Pelayanan adalah cara melayani, membantu, menyiapkan, atau mengurus keperluan seseorang atau sekelompok orang. Pelayanan prima atau *service excellence* adalah pelayanan terbaik melebihi, melampaui, mengungguli pelayanan yang diberikan pihak lain atau daripada pelayanan pada waktu yang lalu. Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan adalah salah satunya melalui kegiatan pemasaran, yaitu suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler dan Armstrong, 2014:9).

Setelah melihat kualitas dari produk yang ditawarkan, maka dengan sendirinya konsumen akan mencoba membandingkan kualitas layanan yang diberikan, dan dalam hal ini perusahaan dituntut untuk memberikan kualitas layanan yang mampu memengaruhi nilai yang lebih, sehingga berbeda dengan kualitas layanan pesaing sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen sebelum membeli produk. Dengan kualitas layanan yang memuaskan, mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk yang bersangkutan. Jika suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang baik, secara langsung atau tidak langsung, citra layanannya akan tersebar luas karena kepuasan yang dirasakan pelanggannya akan disampaikan pelanggan yang satu ke pelanggan lainnya secara berantai, sehingga dapat menarik pelanggan yang lebih banyak.

Salah satu faktor kepuasan pelanggan adalah mutu pelayanan atau kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci penting keunggulan bersaing, layanan pelanggan yang baik tidak terjadi begitu saja, tetapi memerlukan waktu dan komitmen yang harus diberikan oleh setiap orang yang terlibat. PT. Buana Perkasa Permai Jember dalam upaya melaksanakan kegiatan kualitas pelayanan selalu berfokus dalam pelaksanaan sosialisasi tentang kondisi mobil dan kehandalan mobil

yang dijual di PT. Buana Perkasa Permai Jember agar kepuasan para konsumen dapat terjaga. Berikut ini adalah jumlah unit mobil yang terjual pada PT. Buana Perkasa Permai Jember dari tahun 2016 - 2018.

Tabel 1.1: Jumlah Penjualan Mobil Pada PT. Buana Perkasa Permai Jember

No	Bulan	Tahun		
		2016 (Unit)	2017 (Unit)	2018 (Unit)
1	Januari	16	7	12
2	Februari	21	17	14
3	Maret	17	12	21
4	April	19	8	19
5	Mei	20	19	21
6	Juni	22	20	26
7	Juli	11	16	20
8	Agustus	16	15	25
9	September	20	19	17
10	Oktober	27	28	31
11	November	15	21	17
12	Desember	13	25	26
	Rata-rata	18,0833333	17,25	20,75

Sumber: PT. Buana Perkasa Permai Jember 2018

Diketahui bahwa pada data jumlah pelanggan PT. Buana Perkasa Permai Jember terlihat bahwa adanya kenaikan dan penurunan jumlah pelanggan di PT. Buana Perkasa Permai Jember berdasarkan klasifikasi data tahun 2016 – 2018. Tetapi jika dilihat dengan seksama tahun penjualan 2017 terjadi penurunan dibandingkan dengan tahun 2016, walaupun pada tahun 2018 penjualan mengalami kenaikan dibandingkan dengan tahun 2017.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan diatas, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa saja faktor primer dan sekunder yang ada dalam dimensi kualitas pelayanan karyawan PT. Buana Perkasa Permai Jember?
2. Bagaimana bentuk tindakan atau solusi pembetulan pada karyawan PT. Buana Perkasa Permai Jember dalam upaya memberikan kualitas pelayanan yang baik?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi Faktor primer dan sekunder yang ada dalam dimensi kualitas pelayanan karyawan PT. Buana Perkasa Permai Jember;

2. Mengidentifikasi dan menganalisis bentuk tindakan atau solusi pembedulan pada karyawan PT. Buana Perkasa Permai Jember dalam upaya memberikan kualitas pelayanan yang baik.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi PT. Buana Perkasa Permai Jember
Sebagai bahan pertimbangan bagi PT. Buana Perkasa Permai Jember untuk mengambil kebijaksanaan dalam rangka meningkatkan volume penjualannya.
2. Bagi Pengembangan Ilmu
 - a. Sebagai referensi ilmiah yang dapat dipergunakan oleh pihak yang memerlukan untuk bahan pertimbangan guna meningkatkan jumlah pelanggan.
 - b. Sebagai tambahan wacana pengaruh citra merek dan desain produk terhadap keputusan pembelian.

