

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dizaman globalisasi seperti saat ini, sesuatu yang kita butuhkan dapat diakses secara mudah. Contohnya perkembangan transportasi yang membantu kehidupan manusia. Selain itu perkembangan teknologi transportasi kita dapat mempersingkat waktu perjalanan dan tidak memerlukan waktu banyak dalam menempuh perjalanan. Berkembang pesatnya kemajuan transportasi, hal ini juga sejalan dengan dibutuhkannya industri penyedia jasa dibidang transportasi, salah satunya adalah usaha cuci mobil dan motor. Menurut Kotler dan Amstrong (2008) industri jasa adalah industri yang menghasilkan suatu bentuk produk yang bersifat tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu.

Perusahaan harus bekerja keras membuat kebijakan-kebijakan strategis dalam menjual jasa mereka dalam menghadapi persaingan yang ketat dengan pesaing, yang dapat memberikan value yang lebih besar kepada pelanggan. Pada dasarnya semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak juga pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya. Sehingga dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan di pasar. Pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberi nilai tambah seperti misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, kesehatan atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen (Luppiyoadi, 2001).

Diantara pesatnya perkembangan industri jasa, salah satu yang bersaing semakin ketat adalah bisnis cuci mobil dan motor. Persaingan bisnis cuci mobil dan motor saat ini semakin menjamur. Terbukti belakangan ini terus bermunculan cuci mobil dan motor baru. Karena hal ini sejalan dengan jumlah kendaraan transportasi yang semakin meningkat. Sebagai gambaran, Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (dalam kantor kepolisian wilayah Jember, 2019) transportasi di Jember jumlah kendaraan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, berikut daftar jumlah kendaraan kabupaten Jember :

Tabel 1.1
Jumlah Kendaraan di Kabupaten Jember tahun (2013-2018)

| Jenis kendaraan | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|-----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Sepeda motor | 413.461 | 617.437 | 667.176 | 711.586 | 752.256 | 787.131 |
| Mobil | 10.427 | 21.488 | 22.853 | 24.332 | 25.445 | 25.825 |

Sumber : BPS Kabupaten Jember (2020)

Melihat kondisi saat ini dengan banyaknya transportasi di Kabupaten Jember yang mengalami peningkatan jumlah kendaraan pada setiap tahunnya, hal ini dapat menjadi sebuah peluang usaha industri jasa yang bertujuan mengurangi angka pengangguran di Indonesia dan memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari. Hal ini merupakan salah satu peluang besar bagi jasa cuci mobil dan motor untuk memberikan pelayanan terhadap masyarakat apabila tidak memiliki waktu luang untuk merawat kendaraan bermotor menjadi bersih. Pencucian kendaraan bermotor bisa dilakukan sendiri oleh pemilik atau pemakai kendaraan. Saat pemilik kendaraan tidak memiliki waktu luang untuk mencuci sendiri, maka disinilah fungsi dan peran penyedia jasa cuci motor dan mobil sangat dibutuhkan. Industri jasa pencucian kendaraan menjadi peluang besar, yang artinya sekarang pengusaha memegang peranan penting untuk memberikan pelayanan terhadap konsumen.

Tabel 1.2
Data Carwash di Jember tahun 2019

| No | Nama Carwash | Jumlah Pendapatan |
|----|------------------------|-------------------|
| 1 | Ultimate Shine Carwash | Rp. 79.430.000 |
| 2 | Resik Carwash | Rp. 56.472.000 |
| 3 | Rei Carwash | Rp. 63.960.000 |
| 4 | Rambo Carwash | Rp. 96.720.000 |
| 5 | Putra Jaya Carwash | Rp. 49.920.000 |
| 6 | Star Carwash | Rp. 72.384.000 |
| 7 | Master Carwash | Rp. 57.096.000 |
| 8 | Cak Gundol Carwash | Rp. 65.520.000 |
| 9 | Naira Carwash | Rp 87.688.000 |
| 10 | Radja Carwash | Rp. 70.200.000 |

Sumber: Data survei masing-masing Car wash di Kabupaten Jember

Berdasarkan tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa terdapat kurang lebih sebanyak 10 carwash yang terdapat di jember. Di mana jumlah pendapatan masing-masing carwash yang berbeda. Pendapatan tertinggi yakni dimiliki oleh Rambo Carwash dengan pendapatan sebesar Rp 96.720.000 per tahun. Hal ini menjadi perhatian khusus bagi usaha sejenis untuk meningkatkan pendapatannya dengan lebih banyak menarik konsumen.

Salah satu carwash yang perlu meningkatkan pendapatannya adalah Naira Carwash. Naira Carwash Jember merupakan penyedia jasa cuci mobil dan motor yang berlokasi di jalan Otoiskandar Dinata No 40, Ajung Klanceng, Kecamatan Ajung, Kabupaten Jember. Tingkat pendapatan Naira Carwash menjadi bahan evaluasi agar lebih menerapkan strategi agar dapat menarik banyak konsumen. Berikut data pendapatan Naira Carwash selama lima tahun terakhir :

Tabel 1.3
Data Target Dan Realisasi Pendapatan Naira Carwash Tahun 2015-2020

| No | Tahun | Target Pendapatan | Realisasi |
|----|-------|-------------------|---------------|
| 1 | 2015 | Rp 80.000.000 | Rp 65.837.000 |
| 2 | 2016 | Rp 80.000.000 | Rp 78.332.000 |
| 3 | 2017 | Rp 80.000.000 | Rp 84.507.000 |
| 4 | 2018 | Rp 80.000.000 | Rp 79.948.000 |
| 5 | 2019 | Rp 80.000.000 | Rp 87.688.000 |

Sumber : Naira Carwash Jember (2020)

Berdasarkan tabel 1.3 tersebut, diketahui terjadi fluktuasi yang meningkat dan menurun pada jumlah pendapatan Naira Carwash Jember setiap tahunnya. Selain itu, selama lima tahun terakhir Naira Carwash hanya mendapatkan dua kali pendapatan di atas target per tahun. Naira Carwash perlu mengambil langkah langkah untuk terus meningkatkan pendapatan agar dapat memenuhi target pendapatan di setiap tahunnya. Tidak hanya meningkatkan pendapatan agar dapat memenuhi target pendapatan, Naira Carwash Jember perlu menentukan strategi yang tepat untuk memuaskan pelanggan yang pada akhirnya akan berdampak pada pendapatan Naira Carwash Jember terus meningkat.

Pada industri jasa, khususnya jasa cuci motor dan mobil seperti Naira Carwash kualitas pelayanan sangat penting untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Menurut Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007 : 177) yang dikutip dari buku manajemen pemasaran mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukan hanya dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah kunci dari salah satu keberhasilan perusahaan, karena dengan memuaskan pelanggan perusahaan akan mampu bersaing untuk mengungguli pesaingnya. Untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan baru dan lama, oleh karena itu penyedia jasa perlu menguasai unsur-unsur kecepatan, ketepatan, keamanan, keramahan, dan kenyamanan. Kebutuhan pelanggan perlu diidentifikasi secara jelas, sebagai bagian dari pengembangan produk untuk melampaui harapan pelanggan, dan bukan sekedar memenuhinya. Saat ini pelayanan jasa tidaklah ringan, perusahaan dihadapkan pada persaingan tidak hanya membuat para konsumen tertarik, namun juga membuat konsumen tersebut menjadi pelanggan dan meningkatkan laba perusahaan.

Pada saat ini banyak usaha yang bergerak dibidang jasa, sehingga pihak cuci mobil dan motor Naira Carwash harus dapat menjaga kepuasan pelanggan yang menggunakan jasanya dan dalam memberikan pelayanan mengutamakan kepuasan, keramahan bagi konsumennya sehingga para konsumen merasa puas dan dapat

meminimalkan persaingan dengan cuci mobil dan motor lainnya. Dengan pelayanan yang bagus dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2002) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Hal ini dapat diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Januar (2016) bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Cabang Bandung. Penelitian Felita (2013) juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Ayam Penyetrta. Selain itu, penelitian Johannes (2014) juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado.

Faktor fasilitas juga berkaitan dengan kepuasan konsumen karena fasilitas mempunyai peranan penting yang berhubungan dengan persepsi konsumen yang diperoleh dari interaksi konsumen dengan fasilitas. Fasilitas adalah segala sesuatu yang disediakan untuk dipakai atau dipergunakan serta dinikmati oleh konsumen dan penggunaanya tidak selalu dibayar. Menurut Kotler (2014) fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Faktor faktor yang meliputi fasilitas adalah seperti ruang tunggu yang nyaman, kamar kecil yang bersih, penawaran antar jemput kendaraan gratis dengan syarat tertentu, dan paket promo dihari spesial. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sartika (2016) yang menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di Kota Manado. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Edy (2013) juga menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa layanan pada kantor Samsat Manado. Fasilitas juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa Rumah Sakit Advent Manado di mana penelitian ini dilakukan oleh Steffi (2013). Ketiga penelitian tersebut juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Faris (2014) bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen McDonald's Manado.

Pihak cuci mobil dan motor Naira *Carwash* juga perlu memperhatikan faktor promosi agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016) promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Promosi yang gencar akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan

penelitian Rina (2017) bahwa promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa ojek online “Omjek” Jember. Serta penelitian yang dilakukan oleh Annisa (2016) membuktikan bahwa promosi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Cantik Alamanda.

Cara lain yang dilakukan untuk memenuhi kepuasan pelanggan dilakukan dengan menetapkan harga yang sesuai, harga yang terjangkau serta memiliki daya saing. Menurut Kotler dan Armstrong (2013) harga merupakan elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan melalui penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan agar perusahaan mendapatkan keuntungan. Menurut penelitian Johanes (2014) bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. Penelitian Edy (2013) juga menjelaskan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa layanan pada Kantor Samsat Manado. Serta penelitian Rendy (2015) membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Manado Grace Inn.

Berdasarkan fenomena dan penjelasan diatas penulis tertarik untuk menganalisa apakah promosi, harga, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Naira *Carwash* Jember. Selain itu sebelumnya belum pernah dilakukan penelitian di Naira *Carwash* Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti memiliki fenomena masalah di mana pendapatan dari Naira *Carwash* Jember selama lima tahun terakhir yakni sejak tahun 2015-2020 yang tidak dapat mencapai target pendapatan yang telah ditetapkan. Hal ini disebabkan oleh ketatnya persaingan usaha sejenis atau usaha cuci mobil dan motor khususnya di Kabupaten Jember. Naira *Carwash* Jember perlu menerapkan strategi agar dapat mencapai target pendapatan dengan memperhatikan faktor-faktor yang membuat konsumen menggunakan jasanya dan merasa puas.

Pentingnya promosi yang gencar akan berpengaruh pada keinginan konsumen untuk menggunakan jasa Naira *Carwash* Jember. Selain itu, jika harga yang ditetapkan sesuai dengan manfaat yang diterima serta terjangkau baik dari kalangan bawah, menengah atau atas juga dapat meningkatkan pendapatan Naira *Carwash* Jember. Apabila promosi yang dilakukan sudah gencar serta harga yang ditetapkan sesuai, maka Naira *Carwash* Jember perlu memperhatikan atau memberikan fasilitas yang nyaman bagi konsumen dan kualitas pelayanan yang baik supaya dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan cuci mobil dan motor Naira *Carwash*?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan cuci mobil dan motor Naira *Carwash*?
3. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan cuci mobil dan motor Naira *Carwash*?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan cuci mobil dan motor Naira *Carwash*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di cuci mobil dan motor Naira *Carwash*.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di cuci mobil dan motor Naira *Carwash*.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di cuci mobil dan motor Naira *Carwash*.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna di cuci mobil dan motor Naira *Carwash*.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan atau manfaat baik untuk kepentingan praktis maupun untuk pengembangan ilmu pengetahuan, bagi pihak pihak sebagai berikut :

1. Bagi objek penelitian

Untuk memberikan rekomendasi kepada cuci mobil dan motor Naira *Carwash* khususnya dengan mendapatkan solusi baru mengenai kepuasan pelanggan dari sisi promosi dan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kinerja organisasi dalam menghadapi perubahan lingkungan.

2. Bagi Fakultas/Universitas

Sebagai bahan informasi penggunaan strategi yang cocok untuk pengembangan usaha terutama bagi pemerhati ilmu pengetahuan sosial dan *businessman*, Hasil penelitian ini dapat di jadikan sebagai masukan atau sumbangan pemikiran yang konstruktif dalam usaha sebagai bahan tambahan civitas akademika kampus Universitas Muhammadiyah Jember.

3. Bagi Penulis

Dapat dijadikan sebagai bahan masukan sehingga dapat menerapkan perpaduan yang tepat dan sesuai antara praktek dan keadaan teoritis yang

diterima di bangku kuliah, Sebagai suatu eksperimen yang dapat di jadikan sebagai salah satu acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya, Dapat menambah wawasan dan pengalaman baru yang nantinya dapat di jadikan modal dalam meningkatkan proses belajar sesuai dengan disiplin ilmu penulis, terutama setelah terjun di dunia *entrepreneur*.

