

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi ini, persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional. Hanya perusahaan yang dapat menghasilkan barang atau jasa berkualitas yang mampu menghadapi persaingan pada pasar global. Kunci keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya adalah dapat mengembangkan produk atau jasa yang lebih baik daripada pesaingnya. Perusahaan harus dapat memuaskan pelanggan, apabila pelanggan tidak puas maka mereka akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini dapat menyebabkan penurunan laba bahkan kerugian. Dengan demikian perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar mengetahui atribut-atribut yang dapat memuaskan atau yang tidak memuaskan pelanggan (J. Supranto, 2001:1).

Fenomena bisnis saat ini adalah pelanggan akan mencari produk atau jasa yang dapat memberikan kepuasan sesuai dengan harapan mereka atau bahkan melebihi yang diharapkan. Saat ini pelanggan semakin memiliki banyak tuntutan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan di pasar. Jika sebelumnya konsep menghasilkan produk atau jasa lebih ditentukan oleh persepsi perusahaan, maka kini konsep tersebut agak sulit dipertahankan mengingat persaingan terhadap produk atau jasa yang semakin banyak. Perusahaan yang ingin memenangkan

persaingan harus dapat menghasilkan produk atau jasa yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Tercapainya kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama perusahaan disamping mencari keuntungan. Dengan menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas diharapkan akan mengurangi keluhan dari pelanggan serta dapat meningkatkan penghasilan perusahaan (Supranto, 2001:2).

Aspek penting dalam kualitas adalah perusahaan harus dapat menghasilkan produk atau jasa yang dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan (Tjiptono dan Diana, 2000:2). Konsep kualitas tersebut sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa jauh suatu produk memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.

Kualitas didefinisikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dengan demikian maka orientasi perusahaan dalam menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas adalah pelanggan, karena pelanggan yang mempunyai hak untuk menilai kualitas yang mereka terima dengan yang mereka harapkan (Tjiptono dan Diana, 2000:4).

Dalam kondisi persaingan antar perusahaan yang semakin ketat, hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah kepuasan pelanggan agar perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar. Perusahaan harus

mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan perusahaan juga harus berusaha untuk menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin yang dapat memuaskan pelanggan (Supranto, 2001:223). Dengan demikian perusahaan perlu mengetahui faktor kualitas pelayanan yang seringkali dipertimbangkan pelanggan untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis akan menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan jasa yang meliputi dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* terhadap tingkat kepuasan konsumen pengguna jasa servis kendaraan bermotor di AHASS, tepatnya di Shinta Motor Wates. Penelitian ini dilakukan dengan asumsi bahwa kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa ditentukan oleh tingkat kepentingan pelanggan sebelum menggunakan jasa dibandingkan dengan hasil persepsi pelanggan terhadap jasa tersebut setelah pelanggan merasakan kinerja jasa tersebut (Rangkuti, 2000:40).

Shinta Motor Wates bergerak dalam bidang pelayanan jasa otomotif saat ini berusaha untuk tidak hanya memberikan pelayanan jasa servis kendaraan bermotor, tetapi juga memperhatikan aspek kepuasan bagi para pemakai jasanya. Saat ini animo masyarakat untuk memiliki kendaraan bermotor sangat banyak. Hal tersebut mendorong berbagai pihak untuk menyediakan jasa pelayanan jual beli dan servis kendaraan yang dapat menarik pelanggan (data sekunder perusahaan).

Shinta Motor Wates merupakan bengkel resmi untuk kendaraan roda dua merk Honda. Shinta Motor Wates terletak di Jalan Brigjen. Katamso 60 Wates,

Kulon Progo. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 1982, namun baru diresmikan pada bulan Maret 1997 dan dipimpin oleh Iswanti Suropto (Data sekunder perusahaan, 2006).

Perusahaan otomotif akan bersaing untuk mendapatkan pelanggan. Persaingan tersebut mendorong PT. Astra Honda Motor (AHM) untuk perlu mengetahui pelayanan yang berkualitas sesuai dengan visi dan misi perusahaan (www.astra-honda.com). Visi PT. AHM adalah berusaha mencapai yang terbaik dalam industri sepeda motor di Indonesia, yaitu memberi manfaat bagi masyarakat luas dalam menyediakan alat transportasi yang berkualitas tinggi, sesuai kebutuhan konsumen, dengan harga yang terjangkau, serta didukung oleh fasilitas manufaktur terpadu, teknologi mutakhir, jaringan pemeliharaan, suku cadang dan manajemen kelas dunia. Adapun misi PT. AHM adalah bertekad untuk menyediakan sepeda motor yang berkualitas tinggi dan handal sebagai sarana transportasi bagi masyarakat yang sesuai kebutuhan konsumen, pada tingkat harga yang terjangkau (data sekunder perusahaan).

Berdasarkan visi dan misi perusahaan maka PT. AHM berusaha untuk menjalankan fungsi produksi, penjualan dan pelayanan purna jual yang lengkap untuk kepuasan pelanggan. Salah satu usaha yang dilakukan adalah memberikan fasilitas servis kendaraan bermotor yang merupakan pelayanan purna jual melalui bengkel resmi perusahaan (AHASS: *Astra Honda Authorized Service Station*). Saat ini telah berdiri 20 bengkel AHASS untuk daerah Yogyakarta dan sekitar, dimana diantaranya juga melakukan penjualan motor HONDA atau menyediakan suku cadang asli kendaraan (www.astra-honda.com).

1.2 Rumusan Masalah

Animo masyarakat untuk memiliki kendaraan bermotor saat ini sangat besar. Hal ini mendorong berbagai pihak, termasuk Shinta Motor Wates untuk menyediakan jasa pelayanan servis kendaraan bermotor. Semakin banyaknya perusahaan otomotif yang menyediakan jasa tersebut, mengakibatkan para pemakai jasa pelayanan otomotif semakin kritis untuk menentukan pilihan. Oleh karena itu Shinta Motor Wates dituntut untuk dapat memenuhi kepuasan pemakai jasanya apabila menginginkan daya saing yang tinggi.

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan jasa yang meliputi dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* terhadap tingkat kepuasan konsumen pengguna jasa servis kendaraan bermotor?

1.3 Batasan Masaiah

Batasan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini akan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Shinta Motor Wates. Alasan pemilihan Shinta Motor Wates yaitu bahwa perusahaan tersebut adalah mitra dari industri pabrik motor HONDA yang memiliki pelanggan terbesar di Indonesia termasuk daerah Wates, sehingga mereka diharapkan mempunyai banyak pelanggan.
2. Penelitian ini menekankan pada pelayanan jasa servis kendaraan bermotor oleh Shinta Motor Wates, bukan pada perusahaan penjual produk kendaraan bermotor merk HONDA.

3. Alasan pemilihan daerah penelitian di Wates adalah mengingat tempat tinggal peneliti yang berada di Wates, sehingga lebih mudah dan leluasa dalam melakukan penelitian.
4. Para pemakai jasa pelayanan yang dimaksud adalah para pemilik kendaraan bermotor HONDA yang sedang atau pernah menggunakan jasa pelayanan di Shinta Motor Wates.
5. Aspek-aspek yang akan diteliti dalam menganalisis kualitas pelayanan Shinta Motor Wates meliputi pelayanan servis.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Bengkel Shinta Motor Wates.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Shinta Motor Wates, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam rangka memenuhi harapan pelanggan.
2. Bagi kalangan akademisi, penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi referensi penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan kualitas jasa pelayanan jasa.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan memuat latar belakang, perumusan masalah, manfaat penelitian, batasan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat tinjauan pustaka, landasan teori, dan hipotesis yang ada dalam skripsi.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi uraian tentang langkah-langkah penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang dibuat berdasarkan pengamatan dan pertimbangan penulis.