

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi di saat ini semakin cepat. Segala macam hal selalu berhubungan atau berkaitan dengan teknologi. Dari segala macam kalangan baik menurut umur atau kelas sosial semuanya telah menggunakan teknologi. Persaingan dari setiap badan usaha atau pelayanan jasa yang semakin ketat menjadi tantangan maupun ancaman bagi pengusaha maupun para pemasar. Mereka dituntut harus selalu tanggap dan siap terhadap perubahan-perubahan yang terjadi pada pasar dan harus mampu menciptakan ide-ide yang kreatif dan inovatif agar produk yang dihasilkan dapat menarik dan memenuhi keinginan bagi konsumen. Sehingga apa yang diharapkan oleh konsumen dapat dipenuhi dengan baik dan perusahaan dapat bertahan beroperasi bahkan memenangkan dalam persaingan produk atau layanan jasa yang dipasarkan. Tidak salah jika semakin berkembangnya teknologi semakin berkembang pula inovasi atau kreativitas setiap orang dalam menggunakan teknologi sebagai kebutuhan hidup.

Dari perkembangan teknologi tersebut, muncullah inovasi yang dilakukan oleh perusahaan guna untuk kelangsungan atau berlanjutnya usaha mereka. Menurut Suryani (2008:304), inovasi dalam konsep yang luas sebenarnya tidak hanya terbatas pada produk. Inovasi dapat berupa ide, cara-cara ataupun obyek yang dipersepsikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru. Dengan adanya perkembangan teknologi, berarti pola kehidupan masyarakat akan berubah mengikuti atau sejalan dengan perkembangan teknologi tersebut. Perkembangan inovasi pemasaran guna memengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen semakin bervariasi dengan diiringi perkembangan teknologi. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk lebih meningkatkan pelayanan kepada konsumen yang akhir dapat menghasilkan profit atau keuntungan perusahaan.

Kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi, komunikasi dan transportasi merupakan beberapa faktor yang menyebabkan semakin bertambahnya kompleksitas kondisi sosio ekonomi masyarakat. Kondisi demikian akan

mengakibatkan juga terjadinya perubahan yang sangat cepat pada produk atau jasa kebutuhan masyarakat. Semakin beragam keinginan konsumen serta bermacam penampilan produk baru, perlu perhatian yang khusus bagi para pengusaha untuk bisa untuk mempertahankan diri atau untuk bisa berkembang.

Dilansir dari iNews.id sejak ada virus Corona dan aturan PSBB, servis motor menjadi berkurang. Karena konsumen cenderung diam di rumah dan takut keluar rumah. Situasi semacam inilah yang kemudian mendorong AHASS Piramida motor Jatipuro melakukan inovasi strategi dalam memasarkan produk servis. Hal tersebut tidak lain bertujuan untuk tetap menarik agar pelanggan tetap melakukan servis di bengkel AHASS Piramida motor Jatipuro. Inovasi yang dilakukan oleh AHASS Piramida motor Jatipuro yaitu servis antar jemput. Program servis antar jemput yang dilakukan oleh bengkel AHASS Piramida motor Jatipuro adalah servis motor yang dilakukan tanpa harus datang ke bengkel. Servis jemput antar memudahkan pelanggan yang tidak dapat keluar rumah karena keadaan pada masa pandemi ini.

AHASS Piramida motor Jatipuro merupakan bengkel resmi yang menyediakan jasa perawatan sepeda motor Honda. AHASS piramida motor Jatipuro berusaha tetap memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen meskipun dalam masa pandemi seperti sekarang ini. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan membuat sebuah inovasi produk yaitu servis layanan servis jemput antar. Layanan ini merupakan peningkatan dari layanan sebelumnya yaitu AHASS Blusukan. Kegiatan blusukan ini adalah kegiatan berkeliling di wilayah pelayan oleh mekanik menggunakan armada sepeda motor yang dilengkapi *box* berisi oli, *sparepart* dan *tools* yang diperlukan.

Kegiatan blusukan diawali dengan menentukan titik lokasi yang akan didatangi sesuai arahan dari tim marketing yang memiliki data *mapping* wilayah, walaupun titik lokasi ditentukan sepanjang perjalanan juga sembari mencari daerah-daerah potensial untuk didatangi terutama tempat yang dikerumuni atau dikunjungi banyak orang. Jadi disini untuk lokasi terbilang fleksibel tidak harus di daerah yang ditunjuk. Apabila di lokasi lain ternyata banyak peminatnya maka lokasi tersebut dapat dijadikan titik lokasi pelayanan blusukan. Ketika melewati keramaian,

mekanik yang bertugas mencoba memberi penawaran kepada target *market* yang ditemui namun sebelumnya dilakukan sejenis pendekatan terlebih dulu kepada target *market*. Pendekatan yang dilakukan seperti menanyakan di mana dia biasa melakukan perawatan sepeda motor, kapan terakhir kali melakukan perawatan sepeda motor, bagaimana dia menjaga performa motor serta merawat motornya apakah dengan dibawa rutin ke bengkel atau dibiarkan saja, dan menanyakan seberapa paham dia mengetahui lokasi layanan yang dimiliki oleh Bengkel AHASS Piramida Motor Jatipuro. Setelah melakukan percakapan ringan lalu kemudian masuk pada tahap penawaran, jika target *market* belum melakukan penggantian oli maka dilakukan pengecekan terhadap kondisi fisik sepeda motor dan juga pengecekan kilometer sepeda motor, lebih mudah lagi jika target *market* membuka *sharing* tentang keluhan yang ada di sepeda motornya, jadi mekanik lebih mudah melakukan penawaran penggantian suku cadang ataupun jenis perawatan yang dibutuhkan target *market*.

Pada masa pandemi covid-19 sekarang ini masyarakat dihimbau oleh pemerintah untuk mengikuti protokol kesehatan, salah satunya adalah dengan tetap di rumah saja. Dengan keadaan yang demikian tentunya AHASS Piramida Motor Jatipuro dituntut untuk terus menciptakan terobosan baru terhadap pelayanan kepada konsumen pengguna sepeda motor Honda. Diciptakannya layanan AHASS jemput-antar ini diharapkan dapat memberikan pengalaman tersendiri bagi konsumen pengguna sepeda motor Honda di wilayah Kecamatan Jatipuro dan sekitarnya. Berbagai kemudahan yang ditawarkan mengarah pada pengalaman positif bagi pelanggan, dengan kepuasan yang mereka rasakan.

Inovasi produk produsen jasa dalam rangka menghadapi kondisi pandemi, menjadi hal yang menarik bagi penulis. Hal tersebut lah yang kemudian akan menjadi fokus dari tulisan ini. Dengan kata lain, tulisan ini akan membahas kepuasan konsumen terhadap inovasi produk jasa yang diciptakan oleh Bengkel AHASS Piramida Jatipuro.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini akan berfokus untuk menjawab penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap pelayanan servis jemput antar yang telah dilakukan AHASS Piramida Jatipuro?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan servis jemput antar yang dilakukan bengkel Ahass Piramida Jatipuro

D. Tinjauan Pustaka

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang sekiranya relevan dengan fokus dari penelitian ini. Penelitian pertama yang dilakukan oleh Ludi Triaman, Sutopo, Enny Istanti yang berjudul “Pengaruh Variabel Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Honda Ahass 1464 Waru Agung Motor Sidoarjo”. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan mengetahui pengaruh positif kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti nyata terhadap kepuasan pelanggan. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Bengkel Honda Ahass 1464 Waru Agung Motor Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel yaitu *accidental* sampling dengan menggunakan rumus Slovin didapat sebanyak 100 konsumen. Metode yang digunakan adalah deskriptif verifikatif dengan menggunakan pendekatan *expost facto* dan survey. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ada pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Honda Ahass 1464 Waru Agung Motor II Sidoarjo. Seperti halnya di Ahass Piramida Motor informasi mengenai kepuasan setelah melakukan perawatan sangat berperan penting karena setelah itu konsumen pasti akan melakukan sosialisasi di lingkungan terdekatnya, informasi positif tentunya akan menambah kepercayaan dari kelompok sosial konsumen tersebut. Sedangkan untuk keluhan konsumen pada sepeda motornya setelah dikerjakan, Ahass Piramida Motor memiliki layanan khusus yaitu Job Return. Layanan tersebut adalah layanan di mana mengulangi pekerjaan sebelumnya atas keluhan atau

ketidaknyamanan konsumen terhadap pengerjaan mekanik Ahass Piramida Motor setelah servis. Layanan itu juga termasuk dalam Garansi servis yang dimiliki Ahass Piramida Motor, dan untuk Job Return akan diberikan pelayanan terbaik sebagai ucapan terimakasih untuk konsumen yang masih bersedia kembali atas keluhan yang dirasakannya setelah servis, bahkan untuk biaya digratiskan/tanpa membayar kembali sama sekali.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Pranedo Adhi Kusumo, Syuhada Sofyan yang berjudul “Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Menggunakan Metode IPA (*Importance performance Analysis*) pada Ahass 01108 Anugrah Jaya Semarang”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui strategi serta arahan yang sesuai untuk peningkatan kualitas pelayanan di bengkel AHASS 01108. Sepeda motor masih menjadi moda transportasi unggulan masyarakat Indonesia karena dimensi dan ukuran sepeda motor yang ringkas membuatnya mampu membelah kemacetan. Seiring dengan tingginya penggunaan sepeda motor, maka kebutuhan perawatan dan suku cadang juga meningkat. Tiap ATPM (agen tunggal pemegang merek) memiliki layanan jasa perawatan resmi terhadap produk sepeda motor yang mereka produksi. Salah satunya adalah AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) yang merupakan bengkel resmi sepeda motor Honda. Untuk menjaga loyalitas konsumen, maka kepuasan pelanggan perlu dipertahankan dan ditingkatkan karena ketatnya persaingan mengingat bahwa jumlah AHASS ataupun bengkel umum yang jumlahnya cukup banyak. Seperti yang dilakukan Ahass Piramida Motor disaat bertambahnya sepeda motor dengan membuat pos servis atau cabang yang berada di sekitar wilayah Karanganyar dan Wonogiri untuk konsumen dilakukan supaya konsumen tetap merasa aman dan nyaman. Dan menjadikan pengembangan layanan agar konsumen lebih praktis untuk melakukan pemeliharaan sepeda motor.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Eko Wahyu Utomo yang berjudul “Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Jasa Pelayanan PT. AHASS Motor Cabang Sagan Yogyakarta. Skripsi ini berjudul Analisis Kepuasan Konsumen pada Kualitas Jasa Pelayanan PT. AHASS Motor Cabang Sagan Yogyakarta”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, apakah kualitas pelayanan dari PT. AHASS Motor

Cabang Sagan Yogyakarta sudah sesuai dengan harapan pelanggan dan apakah ada pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan metode statistik dan deskriptif, hal ini bertujuan agar penelitian dapat memperoleh hasil yang akurat, sehingga dapat dicari solusi yang tepat. Penilaian statistik dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner, selanjutnya diolah dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS.12. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan metode *convenience* sampling. Metode pengolahan dan analisis menggunakan analisis Diagram Kartesius digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan / pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Bila dilihat dari kualitas jasa pelayanan yang diberikan AHASS Piramida motor sudah memiliki standar pelayanan yang optimal. Sehingga kepercayaan konsumen terhadap AHASS Piramida motor tidak bisa diragukan lagi bahkan cenderung meningkat secara signifikan setiap bulan.

Penelitian keempat dilakukan oleh Ludviyatus Sholeha, Sutrisno Djaja, Joko Widodo dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi” bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Motor Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Lokasi penelitian adalah AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. Penentuan responden menggunakan metode populasi yang diambil secara *purposive* sejumlah 90 responden. Metode pengumpulan data menggunakan angket, wawancara, observasi dan dokumen. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, analisis varian garis regresi, efektifitas garis regresi, uji *f* dan *standart error of estimate*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Motor Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. Berdasarkan hal tersebut maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu ‘ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi’. Seperti

halnya di Ahass Piramida Motor informasi mengenai kepuasan setelah melakukan perawatan sangat berperan penting karena setelah itu konsumen pasti akan melakukan sosialisasi di lingkungan terdekatnya, informasi positif tentunya akan menambah kepercayaan dari kelompok sosial konsumen tersebut.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Tri Setya Anggraeni Penelitian ini merupakan survey di bengkel Ahass 12658 Crystan Motor Surabaya pelanggan. Penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan Kepuasan di AHASS 12658 Crystan Motor”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan tersebut terdiri dari dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan keberwujudan terhadap kepuasan pelanggan Workshop AHASS 12658 Crystan Motor Surabaya secara parsial dan simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Bengkel AHASS 12658 Crystan Motor Surabaya yang terdiri dari 70 responden. Berdasarkan penelitian dan analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda Hal ini menunjukkan bahwa: (1) secara simultan variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan berwujud berpengaruh kepuasan pelanggan, (2) secara parsial variabel reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Implikasi dari kesimpulan di atas bahwa dalam rangka meningkatkan customer kepuasan, manajemen Bengkel Crystan Motor AHASS 12658 dapat lebih meningkatkan kualitas layanan yang diberikan untuk memenuhi harapan pelanggan. Hal ini dilakukan agar pelanggan yang datang akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan asalkan dapat menimbulkan loyalitas bagi pelanggan untuk datang kembali ke bengkel tersebut Ahass 12658 Crystan Motor.

Penelitian terakhir yang dilakukan oleh Ronald Nugroho penelitian ini berjudul Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pembentukan Loyalitas (studi pada Toko Sepeda Agung, Cilacap). Bertujuan mengetahui pengaruh atribut yang berhubungan dengan produk, atribut yang berhubungan dengan pembelian baik secara simultan maupun secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen, seperti halnya di AHASS Piramida motor mengenai loyalitas kepeda konsumen hal ini dilakukan agar konsumen bengkel ahass Piramida motor dalam memberikan pelayanan kepada konsumen , memberikan informasi yang akurat

tentang sepeda motor yang akan diservis agar kembali lagi datang dan merekomendasikan bengkel AHASS Piramida untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

E. Kerangka Konseptual

Konsumsi

Dari buku Damsar sosiologi ekonomi, menurut Don Slater (1997), konsumsi adalah bagaimana manusia dan aktor sosial dengan kebutuhan yang dimilikinya berhubungan dengan sesuatu (dalam hal ini material, barang simbolik, jasa atau pengalaman) yang dapat memuaskan mereka. Dari definisi yang telah dikemukakan oleh Slater tersebut, maka konsumsi mengacu kepada keseluruhan aktivitas sosial yang orang lakukan sehingga bisa dipakai untuk mencirikan dan mengenali mereka disamping dari apa yang mereka “lakukan” untuk hidup (Chaney, 2004). Oleh sebab itu tindakan konsumsi tidak hanya dipahami sebagai makan, minum, sandang dan papan saja tetapi juga harus dipahami dalam berbagai fenomena dan kenyataan.

Kepuasan Konsumen

Menurut Djokosantoso Moeljono konsumen adalah seseorang yang secara terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk, atau mendapatkan suatu jasa, dan membayar produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2012) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas. Apabila kinerja melebihi ekspektasi, maka konsumen akan merasa sangat puas. Sedangkan menurut Suparto (2010) mengatakan bahwa tingkat kepuasan konsumen akan berdampak pada pendapatan di mana masyarakat memiliki pilihan kemana mereka hendak mendapatkan produk, program dan

pelayanan yang baik dan nyaman di mata konsumen. Jadi, konsumen dapat diartikan sebagai setiap orang yang memakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan hidupnya maupun untuk berbagai kepentingan tanpa memperdagangkannya kembali.

Apabila konsumen merasa lebih dari hasil penilaiannya terhadap suatu kualitas yang dipakainya maka konsumen akan merasakan tingkat kenikmatan atau kepuasan tersendiri yang timbul dihati konsumen begitu juga sebaliknya. Tjiptono (2007:348) menyatakan kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan. Menurut Rahmayanty (2010) salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensi perusahaan dan pesaing, kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah ketiadaan perbedaan antara harapan pelanggan dengan unjuk kerja perusahaan yang diterimanya selama menjadi pelanggan. Setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja personil layanan jasa yang telah diterima pelanggan merasa puas atau tidak kecewa apabila kinerjanya sesuai dengan harapan atau bahkan melebihinya.

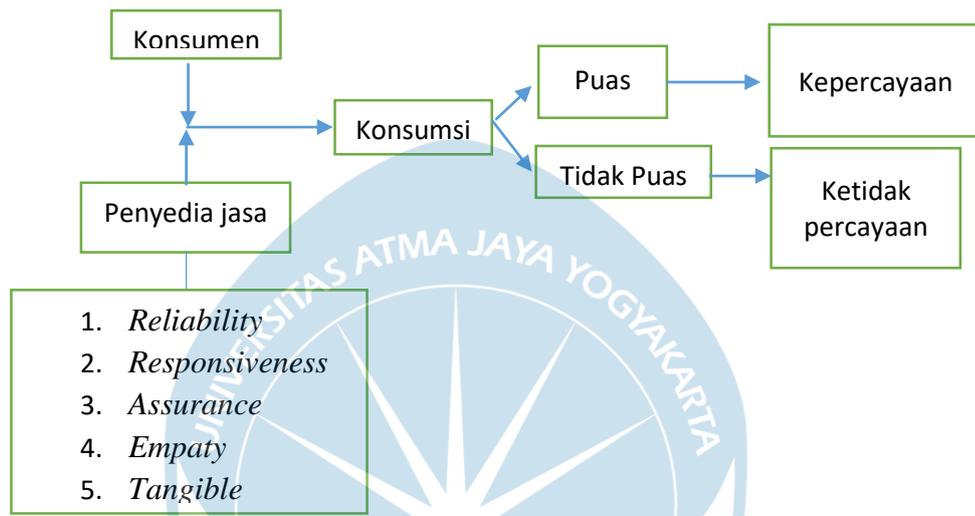
Kepercayaan

Menurut Lawang (2004;36) kepercayaan merupakan hubungan antara dua belah pihak atau lebih yang mengandung harapan yang menguntungkan salah satu pihak atau kedua belah pihak melalui interaksi sosial. Lalu selanjutnya Lawang menyimpulkan inti dari konsep kepercayaan sebagai berikut: Pertama, hubungan sosial antara dua orang atau lebih. Termasuk dalam hubungan ini adalah intuisi, yang dalam pengertian ini diwakili orang. Lalu yang kedua, harapan yang akan terkandung dalam hubungan itu yang kalau direalisasi tidak akan merugikan salah

satu atau kedua belah pihak. Dan yang terakhir, interaksi yang memungkinkan hubungan dan harapan itu terwujud.

berdasarkan pemahaman diatas ada beberapa contoh dari kepercayaan antara lain loyalitas, rekomendasi, penilaian positif.

Alur kepuasan konsumen :



F. Sistematika Penulisan

Penulisan dalam skripsi ini dibagi menjadi empat bab. Setiap bab mulai dari bab 1 sampai bab 4 diharapkan dapat menjelaskan permasalahan dan penyelesaian masalahnya sehingga didapatkan kesimpulan dari penelitian ini. Lebih lanjut setiap bab dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab Pendahuluan berisikan sub bab-sub bab yang terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, dan kerangka berfikir dari penelitian ini.

BAB II METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang metode penelitian yang yang digunakan dalam penelitian terdiri dari jenis penelitian, populasi dan sampel, operasionalisasi konsep, metode pengumpulan data dan deskripsi tempat penelitian.

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan semua hasil dari penelitian yang telah diolah oleh peneliti secara manual dan sebagian menggunakan SPSS, dan dibagi menjadi sub bab-sub bab. Sub bab-sub bab tersebut terdiri dari profil responden dan unsur-unsur kepuasan konsumen

BAB IV KESIMPULAN

Bab ini merupakan kesimpulan yang berisi pokok-pokok temuan penelitian yang berkaitan dengan rumusan masalah.

