

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia usaha di Indonesia saat ini telah mengalami kemajuan dan perkembangan yang sangat pesat namun dibalik realita yang ada, banyak permasalahan yang timbul dan seringkali dialami oleh para pengelola perusahaan terutama di era persaingan bebas seperti yang terjadi sekarang ini, sehingga menuntut setiap perusahaan untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam operasinya. Oleh karenanya persaingan dalam memenangkan pasar bukanlah hal yang mudah dilakukan. Dengan semakin banyaknya perusahaan, maka semakin sulit untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dengan fasilitas yang memadai bagi pelanggannya agar mereka merasa puas terhadap jasa yang mereka rasakan sehingga mereka mau menjadi pelanggan perusahaan tersebut.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan hubungan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan bagi para pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang

menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Nasution (2004: 47) menyatakan, kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan, karena pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan.

Menurut Wyckof dalam Tjiptono (2005: 53) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai “tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Sedangkan menurut Parasuraman, *et.al.*, (dalam tesis Ria Oktavia, 2016:10) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai “refleksi persepsi evaluatif pelanggan terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu”. Jika suatu perusahaan memberikan pelayanan maksimal terhadap pelanggannya maka secara otomatis pelanggan tersebut akan merasa puas.

Faktor lain yang tidak kalah penting untuk diperhatikan setelah pelayanan dalam usaha adalah fasilitas. Fasilitas harus selalu diperhatikan terutama yang berhubungan atau berkaitan erat dengan apa yang dirasakan pelanggan. Karena dalam usaha jasa, penilaian pelanggan terhadap suatu

perusahaan didasari atas apa yang mereka peroleh dari interaksi pelanggan setelah penggunaan jasa tersebut. Menurut Tjiptono (2004:19) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada pelanggan. Sedangkan Kotler dan Keller (2006:85) mendefinisikan fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pelanggan. Jika suatu perusahaan telah memberikan pelayanan yang baik serta fasilitas yang memadai maka secara otomatis pelanggan tersebut akan merasa puas.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor utama dalam membentuk loyalitas pelanggan. Kata 'kepuasan atau *satisfaction*' berasal dari Bahasa Latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan diartikan sebagai 'upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono, 2007:349). Howard dan Sheth dalam Tjiptono (2007:349) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli yang berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan dan ketidakpuasan setelah mengalami atau merasakan masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui. Harapan adalah standar internal yang digunakan pelanggan untuk menilai kualitas suatu pengalaman jasa (Lovelock dan Wright, 2007:93).

Salah satu perusahaan industri yang berkembang pesat saat ini adalah industri transportasi. Kebutuhan manusia akan sarana transportasi semakin meningkat dari waktu ke waktu. Setiap orang menginginkan suatu sarana transportasi yang sesuai dengan kebutuhannya setiap hari. Bagi masyarakat di kota Gorontalo terdapat kecenderungan untuk lebih memiliki sarana transportasi berupa kendaraan bermotor roda dua, dibandingkan dengan kendaraan roda empat. Hal ini dikarenakan roda dua lebih irit dan menghemat waktu dalam penggunaannya, terutama bahan bakar. PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo merupakan salah satu perusahaan distributor yang mempergunakan peluang bisnis ini untuk mendirikan suatu perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi dengan system penjualan kredit dan tunai.

Berdasarkan pengamatan peneliti pelayanan yang diberikan oleh PT. Sinar Galesong Mandiri kepada pelanggan sepeda motor Suzuki sudah baik, akan tetapi berdasarkan fenomena yang peneliti temui di lapangan bahwa masih banyak pelanggan yang belum merasa puas baik dari segi kualitas pelayanannya maupun fasilitas yang diberikan oleh karyawan PT. Sinar Galesong Mandiri. contoh kasusnya yaitu pada saat pelanggan datang berkunjung untuk melihat produk sepeda motor Suzuki, karyawan dari PT. Sinar Galesong Mandiri hanya melihat pelanggan tersebut dan tidak segera melayaninya. Hal ini ditakutkan akan membawa citra buruk untuk perusahaan karena pelanggan tersebut bisa saja menceritakan kepada orang lain tentang

rasa kekecawaannya terhadap sikap karyawan yang lambat memberikan pelayanan terhadapnya. Contoh kasus lain menyangkut ketidakpuasan pelanggan yang peneliti temui yakni adanya pembatalan pembelian sepeda motor Suzuki. Hal ini disebabkan oleh pelanggan terlalu lama menunggu produk sepeda motor yang di order di PT. Sinar Galesong Mandiri cabang Makassar, sehingga mengakibatkan pelanggan menarik semua berkas dan uang tanda jadi yang telah di serahkan sebelumnya.

Keluhan lain tentang fasilitas yang peneliti temui yaitu tidak adanya ruang tunggu yang khusus disediakan untuk pelanggan saat menunggu sepeda motornya sementara diperbaiki. Selain itu system nomor antrian juga tidak diberlakukan oleh PT. Sinar Galesong Mandiri kepada pelanggan yang ingin menyervice kendaraan sepeda motornya. Terkadang peneliti mengamati bahwa karyawan lebih mengutamakan mengerjakan kendaraan sepeda motor milik sanak saudaranya atau orang yang dikenalnya dibanding pelanggan yang sudah terlebih dahulu datang mengantri. Hal ini takutnya akan menimbulkan kecemburuan terhadap pelanggan yang lain.

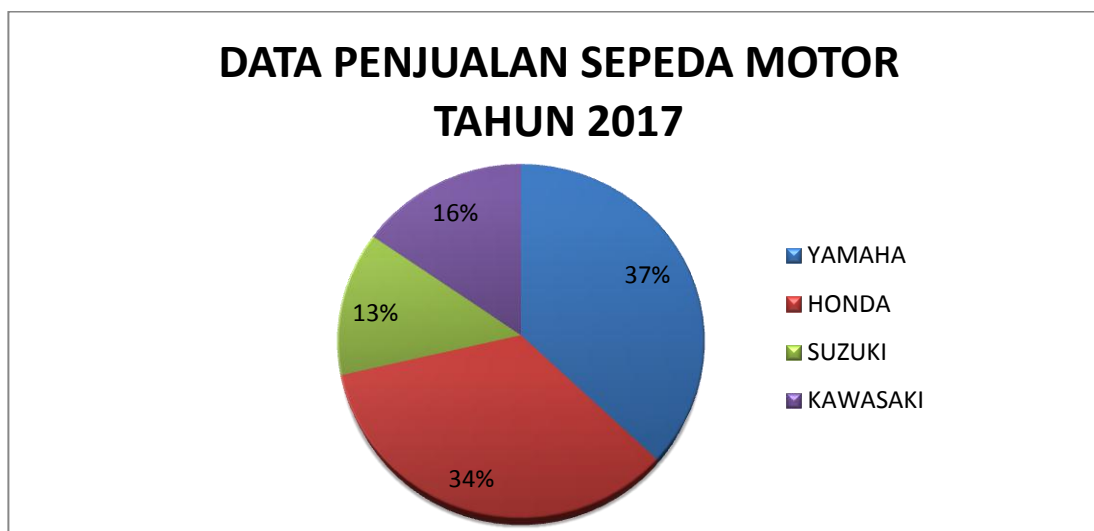
Dengan adanya fenomena-fenomena diatas peneliti menduga dengan terciptanya kualitas pelayanan yang buruk dan fasilitas yang tidak memadai justru akan membawa dampak negatif terhadap perusahaan PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat tabel dibawah ini yang diperoleh dari PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo.

Tabel 1.1
Penjualan Motor Jenis Suzuki Di Kota Gorontalo

Tahun	Produk Yang Terjual (Unit)	Target Penjualan (Unit)
2015	1370	1550
2016	980	1350
2017	790	1150
JUMLAH	3140	4050

Sumber : PT. Sinar Galesong Mandiri, 2018.

Dapat dilihat dari tabel diatas, dalam tiga tahun terakhir penjualan sepeda motor Suzuki mengalami penurunan setiap tahunnya dan tidak mencapai target penjualan. Selain melihat data penjualan pada tabel diatas, fenomena kurangnya peminat sepeda motor Suzuki dapat dilihat pada grafik perbandingan penjualan sepeda motor selama tahun 2017 yang diperoleh dari data perbandingan (*Marketshare*) pada PT.Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo.



Sumber : PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo

Gambar 1.1
Data Penjualan Sepeda Motor 2017

Berdasarkan data perbandingan penjualan sepeda motor yang diperoleh dari PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo terlihat bahwa sepeda motor yang paling meningkat penjualannya adalah merk Yamaha sebesar 37% dan disusul oleh merk Honda 34%. Sementara sepeda motor merk Suzuki yang menjadi target penelitian berada di urutan keempat dengan besar persentase 13%. Hal ini membuktikan bahwa sepeda motor merk Suzuki lebih sedikit peminatnya dibandingkan dengan sepeda motor merk pesaing yang ada di daerah Gorontalo.

Dengan melihat betapa pentingnya peranan dari kepuasan pelanggan terhadap kemajuan suatu perusahaan dan meninjau dari fenomena diatas, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian yang terfokus pada sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo dan memformulasikannya dalam judul ***“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo”***.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Karyawan tidak segera melayani pelanggan yang datang berkunjung.
2. Tidak disediakan ruang tunggu dan nomor antrian khusus pelanggan.

3. Adanya penurunan penjualan produk sepeda motor Suzuki selama tiga tahun terakhir.
4. Tidak adanya pencapaian target penjualan setiap tahunnya.
5. Kurangnya peminat sepeda motor merk Suzuki yang berada di daerah Gorontalo dibandingkan dengan sepeda motor pesaing.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus, dan tidak meluas, peneliti membatasi penelitian pada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo ?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo ?

E. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan maka dapat dikemukakan bahwa tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan pembaca. Khususnya mengenai bagaimana pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo sehingga dapat memuaskan pelanggan.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan maupun sebagai bahan perbandingan dalam pelaksanaan penelitian lanjutan.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih pemikiran yang bersifat ilmiah dan dapat memberikan kontribusi yang baik berupa informasi serta menjadi bahan masukan bagi pimpinan khususnya dalam memberikan pelayanan terbaik sehingga pelanggan merasa puas.
- b. Penelitian ini diharapkan sebagai informasi ataupun masukan yang kiranya dapat membantu pihak PT. Sinar Galesong Mandiri Cabang Gorontalo.