

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi, pasar bisnis menuntut setiap perusahaan untuk selalu berusaha meningkatkan kualitas produknya, hal ini juga berlaku bagi perusahaan jasa sekalipun, terutama dalam hal peningkatan kualitas pelayanannya. Kepuasan konsumen merupakan faktor terpenting bagi perusahaan yang bersangkutan, agar perusahaan dapat terus berdiri dan berkembang. Cara-cara yang dapat ditempuh dalam meningkatkan kualitas jasa adalah dengan berusaha untuk mengetahui dan memahami keinginan konsumen. Dengan adanya umpan balik dari konsumen, pihak perusahaan dapat memperbaiki kualitas jasanya. Dan berdasarkan pengetahuan tentang karakteristik pelanggan, maka dapat dikembangkan kualitas layanan yang lebih baik yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, diperlukan adanya komitmen manajemen dalam meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan konsumen secara terus-menerus. Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk didalamnya daya tahan. Ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan, dll). (T.Hani Handoko, 2000:49).

Parasuraman (1990) mengungkapkan 5 aspek untuk mengukur kualitas pelayanan jasa dengan membandingkan antara persepsi dan harapan konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan penyedia jasa. Menurutnya, kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen menunjukkan seberapa baik atau buruk layanan yang diberikan penyedia jasa kepada konsumennya.

Banyaknya perusahaan yang masuk ke industri bisnis ritel membuat tingkat persaingan yang terjadi semakin ketat. Masing-masing perusahaan ritel berlombalomba untuk mengatur strategi pemasaran yang tepat untuk dapat menarik perhatian konsumen dan mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin. Apabila suatu perusahaan ritel sudah bisa mendapatkan konsumen, langkah

selanjutnya adalah bagaimana agar konsumen tersebut bisa menjadi pelanggan tetapnya dan mempertahankan loyalitas konsumen untuk terus bisa berbelanja di perusahaan ritel tersebut.

PT Kharisma Suma Jaya Sakti merupakan salah satu perusahaan retail penjualan spare part asli Honda yang bergerak dibidang otomotif, khususnya jenis kendaraan roda dua. Untuk kantor pusat dan gudang distribusi yang terletak di daerah rungkut industri perusahaan ini selalu mencoba memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen dengan berbagai inovasi layanan secara profesional. Perusahaan ini juga mempunyai 12 cabang yang ada di Jawa Timur yaitu : Banyuwangi, Jember, Probolinggo, Malang, Batu, Madiun, Kediri, Blitar, Mojokerto, Sidoarjo, Gresik, dan Surabaya (Margorejo, Pucang, Kusuma Bangsa, Ahmad Yani). Perusahaan ini telah berusaha memberikan pelayanan yang profesional dan mewujudkan pelayanan yang senantiasa mengutamakan kepuasan pelanggan.

Namun, beberapa tahun belakangan ini di PT Kharisma Suma Jaya Sakti cabang Margorejo mengalami penurunan jumlah pelanggan dan penurunan omset dari setiap tahunnya, keluhan-keluhan dari pelanggan menyebabkan kurang puasanya pelanggan terhadap pelayanan PT Kharisma Suma Jaya Sakti cabang Margorejo, keluhan-keluhan tersebut antara lain, banyaknya kompetitor yang bergerak di bidang yang sama, Jumlah kasir pelayanan yang terbatas, dan kurangnya fasilitas yang kurang memadai untuk konsumen menunggu antrian pelayanan.

Untuk itu perusahaan perlu melakukan pendekatan dengan konsumen, hal ini dapat dilakukan dengan cara wawancara langsung atau dengan cara penyebaran kuesioner/angket. Pendekatan dengan konsumen dapat mengetahui perilaku dan faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi konsumen berkaitan dengan kualitas pelayanan. Berikut ini adalah data penurunan jumlah konsumen dari tahun 2015 sampai 2017:

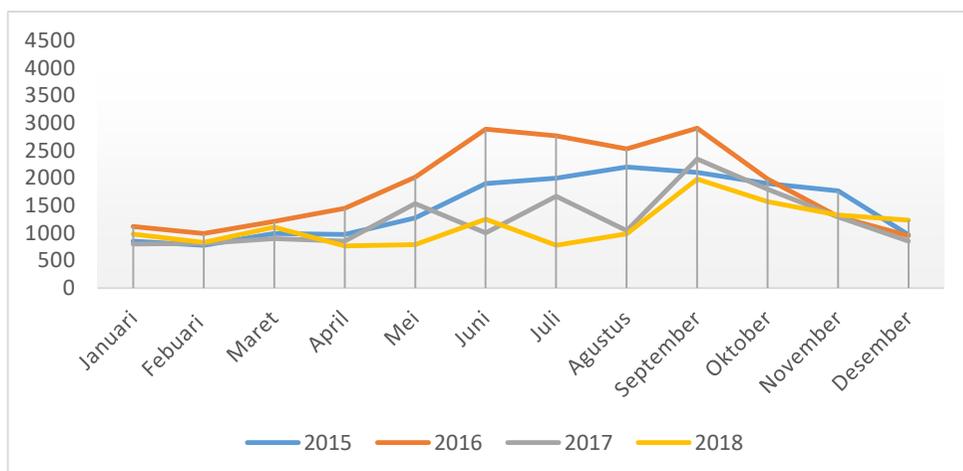
Tabel 1.1 Data Pegunjung yang Membeli Spare part di PT Kharisma Suma Jaya Sakti Cabang (Margorejo) Tahun 2015-2017

No	Bulan	2015	2016	2017	2018
		Jumlah	Jumlah	Jumlah	Jumlah
		Pembeli	Pembeli	Pembeli	Pembeli
1	Januari	855	1.121	803	980
2	Februari	776	991	811	829
3	Maret	990	1.211	900	1.109
4	April	974	1.451	855	765
5	Mei	1.279	2.015	1.534	790
6	Juni	1.900	2.890	1.002	1.256
7	Juli	2001	2.772	1.671	780
8	Agustus	2.201	2.530	1.044	988
9	September	2.101	2.910	2.344	1.980
10	Oktober	1.901	1.980	1.800	1.570
11	November	1.766	1.300	1.294	1.330
12	Desember	967	950	855	1.237
	Jumlah	17.711	22.121	14.913	13.614

Sumber : PT Kharisma Suma Jaya Sakti

Dari Tabel 1.1 diketahui bahwa data transaksi jumlah pembelian di PT Kharisma Suma Jaya Sakti cabang (Margorejo) terlihat bahwa adanya kenaikan dan penurunan jumlah konsumen berdasarkan data pada tahun 2015 – 2017. Terlihat pada tahun 2016 adanya peningkatan jumlah pelanggan dibandingkan dengan tahun 2015, sedangkan pada tahun 2017 jumlah pelanggan tersebut lebih sedikit dibandingkan dengan tahun 2016 dan untuk tahun 2018 ada penurunan pelanggan melebihi tahun 2017.

Agar lebih mudah melihat kenaikan dan penurunan jumlah pelanggan maka keseluruhan data pelanggan yang membeli di PT Kharisma Suma Jaya Sakti cabang (Margorejo), tersebut digambarkan pada Gambar 1.1 :



Sumber : PT Karisma Suma Jaya Sakti

Gambar 1.1 Data Pengunjung yang membeli Spare part Honda di PT Kharisma Suma Jaya Sakti cabang Margorejo tahun 2015 – 2018

PT Kharisma Suma Jaya Sakti juga mengalami penurunan omset dengan menurunnya jumlah pelanggan, Berikut ini adalah data kenaikan dan penurunan jumlah omset beserta target perusahaan dari tahun 2015 sampai 2018.

Tabel 1.2 Data omset dan target Penjualan Spare part di PT Kharisma Suma Jaya Sakti Cabang (Margorejo) Tahun 2015

No	Bulan	Penjualan Tahun 2015	
		Omset penjualan	Target penjualan
1	Januari	110.105.000	110.000.000
2	Februari	106.025.500	105.500.000
3	Maret	120.003.000	120.000.000
4	April	104.800.000	105.000.000
5	Mei	120.500.000	118.600.000
6	Juni	112.500.000	112.000.000
7	Juli	120.600.000	118.200.000
8	Agustus	116.900.500	116.870.000
9	September	120.920.600	120.800.000
10	Oktober	120.690.000	126.810.000
11	November	121.500.000	119.400.000
12	Desember	123.500.000	121.450.000
	Jumlah	Rp 1.398.044.600	Rp 1.394.630.000

Sumber : PT Kharisma Suma Jaya Sakti

Dari Tabel 1.2 diketahui bahwa data transaksi jumlah pembelian di PT Kharisma Suma Jaya Sakti cabang (Margorejo) terlihat bahwa adanya kenaikan dan penurunan jumlah penjualan berdasarkan data pada tahun 2015. Terlihat pada tahun 2015 dari 12 bulan terdapat 10 bulan target penjualan tercapai, sedangkan pada 2 bulan lainnya target penjualan belum tercapai. Untuk selisih target penjualan tahun 2015 ialah + Rp 3.414.600 , dapat disimpulkan untuk data tahun 2015 tercapai untuk target penjualan.

Tabel 1.3 Data omset dan target Penjualan Spare part di PT Kharisma Suma Jaya Sakti Cabang (Margorejo) Tahun 2016

No	Bulan	Penjualan Tahun 2016	
		Omset penjualan	Target penjualan
1	Januari	124.823.000	124.600.000
2	Februari	131.405.500	130.500.000
3	Maret	130.550.000	128.000.000
4	April	135.890.600	135.230.000
5	Mei	142.953.680	140.800.000
6	Juni	142.558.900	142.380.000
7	Juli	146.359.000	145.580.000
8	Agustus	152.179.900	148.700.000
9	September	152.108.000	150.200.000
10	Oktober	149.530.000	148.000.500
11	November	144.500.500	143.250.000
12	Desember	145.870.000	145.500.000
	Jumlah	Rp 1.698.729.080	Rp 1.682.740.500

Sumber : PT Kharisma Suma Jaya Sakti

Dari Tabel 1.3 diketahui bahwa data transaksi jumlah pembelian di PT Kharisma Suma Jaya Sakti cabang (Margorejo) terlihat bahwa adanya kenaikan dan penurunan jumlah penjualan berdasarkan data pada tahun 2016. Terlihat pada tahun 2016 dari 12 bulan untuk target penjualan tercapai. Untuk selisih target penjualan tahun 2016 ialah + Rp 15.988.580 , dapat disimpulkan untuk data tahun 2016 tercapai untuk target penjualan.

Tabel 1.4 Data omset dan target Penjualan Spare part di PT Kharisma Suma Jaya Sakti Cabang (Margorejo) Tahun 2017

No	Bulan	Penjualan Tahun 2017	
		Omset penjualan	Target penjualan
1	Januari	142.350.000	142.210.000
2	Februari	140.305.000	143.400.000
3	Maret	135.578.000	150.800.000
4	April	145.550.000	151.430.000
5	Mei	150.580.000	147.550.000
6	Juni	148.670.500	148.600.000
7	Juli	142.320.000	150.800.000
8	Agustus	142.210.500	142.000.000
9	September	140.480.210	145.800.000
10	Oktober	149.450.700	150.670.000
11	November	151.870.800	152.500.000
12	Desember	151.405.700	149.890.000
	Jumlah	1.740.771.410	1.775.650.000

Sumber : PT Kharisma Suma Jaya Sakti

Dari Tabel 1.4 diketahui bahwa data transaksi jumlah pembelian di PT Kharisma Suma Jaya Sakti cabang (Margorejo) terlihat bahwa adanya kenaikan dan penurunan jumlah penjualan berdasarkan data pada tahun 2017. Terlihat pada tahun 2017 dari 12 bulan terdapat 5 bulan target penjualan tercapai, sedangkan pada 7 bulan lainnya target penjualan belum tercapai. Untuk selisih target penjualan tahun 2017 ialah - Rp 34.878.590 , dapat disimpulkan untuk data tahun 2017 untuk target penjualan belum tercapai.

Tabel 1.5 Data omset dan target Penjualan Spare part di PT Kharisma Suma Jaya Sakti Cabang (Margorejo) Tahun 2018

No	Bulan	Penjualan Tahun 2018	
		Omset penjualan	Target penjualan
1	Januari	140.430.500	150.000.000
2	Februari	146.540.000	152.700.000
3	Maret	152.980.500	146.590.000
4	April	132.600.000	141.075.000
5	Mei	138.500.400	148.050.000
6	Juni	148.572.500	148.320.000

7	Juli	132.547.000	143.300.000
8	Agustus	145.680.000	161.000.000
9	September	158.123.300	158.800.000
10	Oktober	155.540.000	155.400.000
11	November	150.345.000	155.677.000
12	Desember	153.500.000	153.250.000
	Jumlah	1.755.359.200	1.814.162.000

Sumber : PT Kharisma Suma Jaya Sakti

Dari Tabel 1.5 diketahui bahwa data transaksi jumlah pembelian di PT Kharisma Suma Jaya Sakti cabang (Margorejo) terlihat bahwa adanya kenaikan dan penurunan jumlah penjualan berdasarkan data pada tahun 2018. Terlihat pada tahun 2018 dari 12 bulan terdapat 4 bulan target penjualan tercapai, sedangkan pada 8 bulan lainnya target penjualan belum tercapai. Untuk selisih target penjualan tahun 2018 ialah - Rp 58.802.800 , dapat disimpulkan untuk data tahun 2018 untuk target penjualan belum tercapai

Agar lebih mudah melihat kenaikan dan penurunan jumlah penjualan maka keseluruhan data penjualan di PT Kharisma Suma Jaya Sakti cabang (Margorejo), tersebut digambarkan pada Gambar 1.2 :



Sumber : PT Karisma Suma Jaya Sakti

Gambar 1.2 Data Penjualan Spare part Honda di PT Kharisma Suma Jaya Sakti cabang Margorejo tahun 2015 – 2018

Pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun tahap dari proses keputusan pembelian konsumen berbeda. Tahap-tahap tersebut yang akan menghasilkan suatu keputusan untuk membeli atau tidak dan setelah membeli konsumen akan puas atau tidak. Jika puas konsumen akan melakukan pembelian ulang atau tidak puas konsumen akan beralih ke merek lain. Kepuasan konsumen dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu situasi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.

Kotler dan Keller (2011:361) menyatakan proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap diantaranya adalah pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian lalu setelah itu konsumen mengambil sikap apakah mereka puas atau tidak terhadap produk tersebut.

Untuk solusi penyelesaian dari hasil penelitian tersebut akan dituangkan kedalam bentuk tugas akhir dengan judul **“Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Service Quality Dan Customer Satisfaction Indeks (Studi Kasus : PT Kharisma Suma Jaya Sakti Cabang Margorejo Surabaya)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah pada hakekatnya merupakan suatu keadaan yang menunjukkan adanya kesenjangan antara rencana dengan pelaksanaan, antara harapan dengan kenyataan, antara teori dengan fakta. Penelitian pada dasarnya dilakukan guna mendapat data yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah, untuk itu setiap penelitian yang dilakukan selalu berangkat dari masalah, begitupun dengan penelitian ini. Berdasarkan latar belakang mengenai fenomena keputusan pembelian dan pemaparan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk spare part Honda di PT Kharisma Suma Jaya Sakti melalui hasil pra survey, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT Kharisma Suma Jaya Sakti dilihat dengan menggunakan metode Servqual (Service Quality)
2. Menentukan seberapa tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan

PT Kharisma Suma Jaya Sakti dengan menggunakan metode CSI (Customer Satisfaction Indeks).

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan dalam penyusunan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari faktor pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan metode Servqual yang meliputi dimensi keandalan (*Reliability*), Tanggapan (*Responsiveness*), Keyakinan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*), dan Berwujud (*Tangible*).
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT Kharisma Suma Jaya Sakti cabang Margorejo dengan menggunakan metode CSI (Customer Satisfaction Indeks).

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan
memberikan informasi kepada perusahaan mengenai faktor apa saja yang harus diperbaiki dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Bagi peneliti
penelitian ini bermanfaat untuk dijadikan perbandingan antara teori dengan kenyataan yang ada pada perusahaan serta untuk menambah wawasan.
3. Bagi pihak lain
Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk menambah pengetahuan dan sekaligus sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang serupa, serta juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pihak yang ingin mendirikan suatu bisnis atau usaha, khususnya dalam mengambil langkah-langkah pelayanan konsumen secara tepat.

1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan sesuai dengan pelaksanaan serta hasil yang ingin dicapai, maka peneliti melakukan pembatasan dalam penelitian ini, batasan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Responden yang diambil adalah Pelanggan (*customer*) yaitu apabila konsumen telah pernah melakukan pembelian minimal 1 kali sebelumnya.
2. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa proses pelayanan bukan produk yang dijual
3. Penelitian ini tidak mempertimbangkan aspek biaya dalam penambahan fasilitas yang disarankan.
4. Penelitian ini difokuskan hanya pada masalah kepuasan konsumen PT Kharisma Suma Jaya Sakti dengan menggunakan Metode Servqual dan CSI