

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mendirikan suatu perusahaan apapun bentuknya bukanlah merupakan suatu pekerjaan yang mudah, sehingga untuk memelihara dan mempertahankan agar tetap eksis, bahkan mengembangkan perusahaan yang sudah didirikan merupakan pekerjaan yang jauh lebih berat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan didorong untuk semakin inovatif dan harus mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan-perubahan yang terjadi. Pasang surut perusahaan tersebut seringkali terjadi seiring dengan perubahan kondisi lingkungannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2001). Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas lokasi yang strategis dengan harga yang bersaing.

Saat ini transportasi sangatlah berpengaruh terhadap kehidupan sehari-hari manusia, alat ini sangat memudahkan manusia dalam membantu pekerjaan. Salah satu dari transportasi yang sering digunakan adalah mobil, baik mobil pribadi maupun mobil umum. Namun terkadang orang terlupa bahwa mobil juga membutuhkan perawatan, bukan hanya sekedar digunakan. Salah satu hal terpenting dalam perawatan dari mobil adalah oli. Oli pada mobil mempunyai peran vital, untuk itu para pemilik kendaraan harus memeriksa secara berkala. Oli adalah satu-satunya bahan yang menjaga agar mesin kendaraan tidak terpengang dan berasap.

Tugas oli adalah melumasi mesin agar panas yang tercipta saat setiap komponen mesin bergesekan tidaklah berlebihan dan memanggang mesin. Singkatnya, oli membuat suhu mesin tetap dalam batas toleransi. Dan dengan senyawa kimianya yang terkandung, oli juga dapat membersihkan mesin dari substansi yang dapat menghambat kerja mesin.

Perusahaan CV.Erdy Service yang bergerak dalam bidang penjualan berbagai macam produk oli dan aksesoris mobil beserta jasanya yang berlokasi di jalan jemur sari 194 Surabaya. Perusahaan ini menjual berbagai macam merek oli mobil dan

aksesorisnya, mulai dari mobil yang berbahan bakar bensin maupun yang berbahan bakar solar.

Disini juga terdapat Gudang persediaan oli sehingga penawaran dan permintaan pasar dapat terkoordinasi. Dalam memuaskan pelanggan perusahaan ini juga memiliki suatu ruang tunggu yang digunakan khusus bagi pelanggan yang ingin menikmati pelayanan.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan keunggulan yang merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, keunggulan tersebut dapat dilakukan dengan cara perusahaan memahami apa yang diinginkan oleh konsumen yaitu seperti pelayanan jasa, Menurut Kotler (1994) Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun, pelayanan jasa pada setiap perusahaan bertujuan untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen. pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya, menurut Margaretha (2004). Harga merupakan segala sesuatu yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan, menurut Cannon,dkk (2008:176). Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli, karena konsumen akan memutuskan apakah harga suatu produk sudah tepat atau belum. Peter J. Paul (2000), berpendapat bahwa lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Tjiptono (2004) mengatakan bahwa *mood* dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa.

Apabila sebuah perusahaan memberikan produk yang sama namun jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibanding kompetitor-kompetitor yang ada. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara saling menguntungkan yaitu dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan.

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis penjualan oli dan jasa. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya bengkel-bengkel bermunculan di kota Surabaya. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka macam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap bengkel.

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan

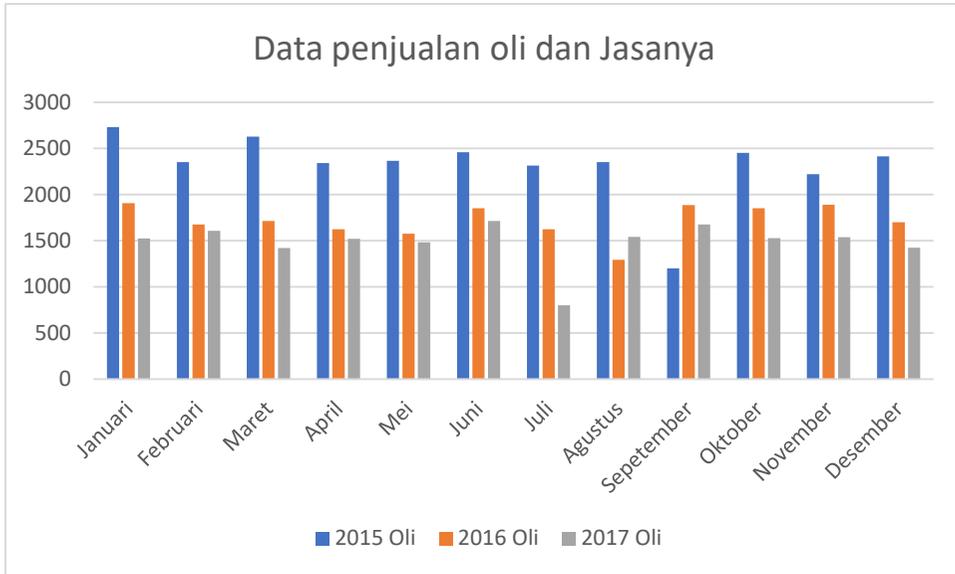
pelanggan setelah melakukan transaksi di CV.Erdy Service.Karena makin banyaknya pesaing-pesaing bermunculan yang menjual produk sama di Surabaya. Keadaan ini berdampak semakin menurunnya jumlah pelanggan yang ada di CV.Erdy Service dari tahun ketahun, terhitung mulai dari tahun 2015-2017.

Adapun data penjualan di CV.Erdy Service selama tiga tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini:

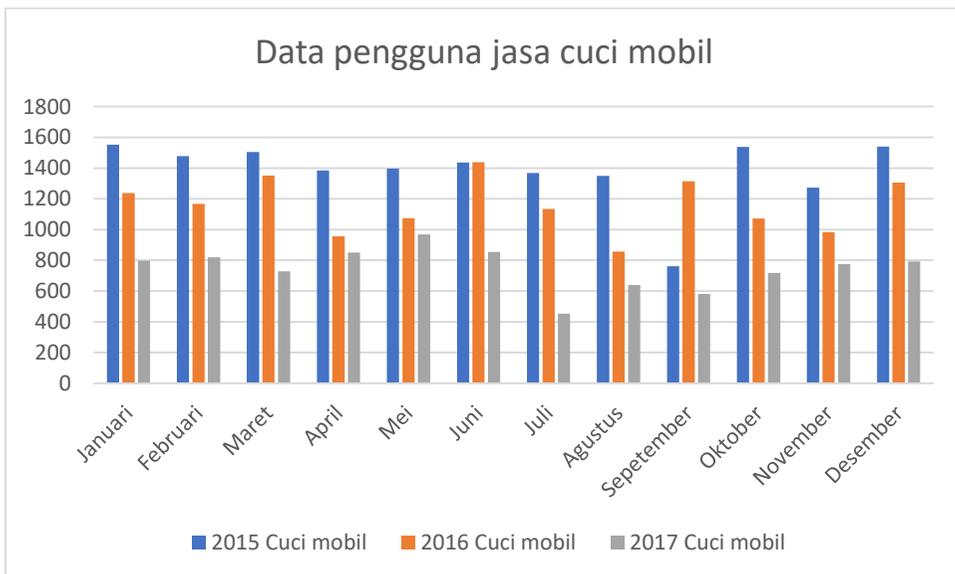
Tabel 1.1 Data jumlah pembeli dan pengguna jasa di CV erdy service 2015-2017

Bulan	2015			2016			2017		
	Oli dan Jasa	Cuci mobil	Aksesoris mobil	Oli dan Jasa	Cuci mobil	Aksesoris mobil	Oli dan Jasa	Cuci mobil	Aksesoris mobil
Januari	2730	1553	589	1907	1237	374	1525	796	342
Februari	2352	1478	452	1675	1167	475	1607	820	362
Maret	2626	1505	496	1712	1352	385	1421	728	341
April	2340	1384	385	1625	957	359	1519	851	323
Mei	2366	1397	512	1575	1074	397	1483	968	332
Juni	2457	1436	486	1850	1438	422	1713	855	313
Juli	2313	1369	514	1625	1134	532	800	453	224
Agustus	2353	1349	621	1292	856	265	1542	639	342
September	1200	762	253	1887	1315	367	1676	582	275
Oktober	2450	1538	431	1852	1073	541	1528	719	365
November	2220	1273	524	1890	983	442	1537	775	243
Desember	2412	1539	563	1698	1306	354	1423	792	434
Rata-rata	2318	1382	486	1907	1157	409	1525	748	325

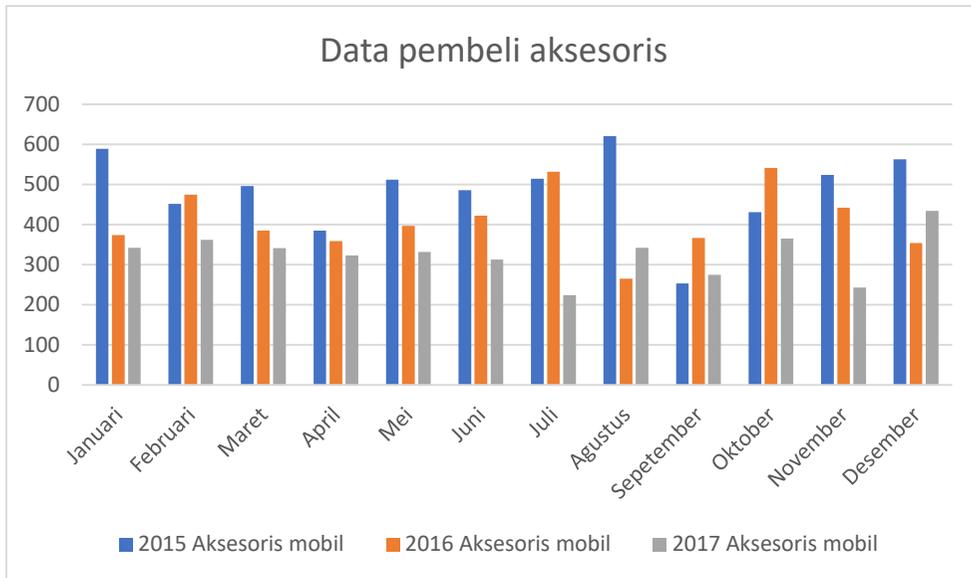
(Sumber: Erdy Service,2018)



Gambar 1. 1 Grafik penurunan jumlah *customer* penjualan oli di CV.Erdy Service



Gambar 1. 2 Grafik penurunan jumlah *customer* cuci mobil di CV.Erdy Service



Gambar 1. 3 Grafik penurunan jumlah customer pembeli aksesoris mobil di CV.Erdy Service

Berdasarkan Tabel dan Grafik diatas dapat terlihat bahwa penjualan di CV. Erdy Service selalu mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dengan menganalisis keluhan-keluhan pelanggan, seperti misalnya pengerjaan mobil yang terkadang memakan waktu relatif lama dan hasil akhir yang terkadang kurang memenuhi permintaan pelanggan. Pihak perusahaan juga harus mampu memahami keinginan-keinginan pelanggannya serta mempelajari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan para pelanggannya.

Maka tidak salah apabila kepuasan pelanggan dalam suatu perusahaan pasti menjadi fokus utama dalam rangka mengembangkan perusahaan untuk mencapai tujuan dan cita-citanya. Setelah melihat betapa pentingnya kepuasan pelanggan, maka perlu untuk dilakukan penelitian dengan judul :

“ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE *SERVQUAL* DAN PENINGKATAN PERFORMA PELAYANAN DENGAN *IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)* DI CV. ERDY SERVICE SURABAYA”

1.2 Rumusan Masalah

Menurunnya penjualan dari tahun ke tahun dan diterimanya keluhan- keluhan dari pelanggan merupakan permasalahan yang dihadapi pihak perusahaan CV.Erdy Service. Perusahaan harus menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan agar diharapkan mampu meningkatkan penjualan perusahaan kembali.

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh CV.Erdy service Surabaya ditinjau dari kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan dengan *SERVQUAL*?
2. Layanan apa saja yang perlu ditingkatkan dengan pendekatan *IPA* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh CV.Erdy service Surabaya ditinjau dari kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan.
2. Mengetahui layanan dengan nilai terendah yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kualitas layanannya.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggambarkan dan menguraikan keterangan dari data-data yang diperoleh dari perusahaan CV.Erdy Service Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis
Untuk menambah wawasan berpikir dan menerapkan pembelajaran yang ada dikampus ke perusahaan tentang strategi pemasaran di dalam menjalankan bisnis.
2. Bagi perusahaan CV.Erdy Service
Membantu CV.Erdy Service Surabaya dengan memberikan informasi dan sumbangan pemikiran mengenai langkah-langkah dalam pemasaran yang perlu dilakukan CV.Erdy Service Surabaya dalam menjalankan usahanya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain.
3. Bagi pembaca
Sebagai tambahan informasi dan refrensi bacaan bagi pembac