

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis dan usaha pada era globalisasi dewasa ini semakin pesat. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mempunyai keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan bersaing dengan pesaing usaha yang lain. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan serta menerapkan konsep pemasaran moden yaitu berorientasi pasar atau konsumen karena merupakan ujung tombak keberhasilan usaha.

Menurut Parasuraman, Ziethmal dan Berry (dalam Tjiptono, 2002) mengidentifikasi sekumpulan atribut-atribut pelayanan secara lengkap yang mana dapat digunakan oleh para pelanggan sebagai kriteria-kriteria dalam menilai kinerja pelayanan perusahaan. Penilaian kualitas pelayanan tersebut didasarkan atas lima dimensi kualitas pelayanan yaitu reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan). Empathy (empati) dan tangibles (berwujud). Atribut-atribut tersebut dapat dijabarkan dengan dimodifikasi sesuai dengan jenis usaha yang diteliti dan

kemudian 2 dijadikan kriteria-kriteria penilaian bagi pelanggan terhadap kinerja perusahaan.

Kepuasan pelanggan yang tinggi ditimbulkan oleh kualitas pelayanan yang maksimal dan jika kualitas pelayanan yang diberikan buruk maka harapan konsumen tidak akan pernah tercapai dengan begitu pelanggan akan hilang satu demi satu, hal ini berarti perusahaan tersebut akan bangkrut. Dengan demikian hanya perusahaan-perusahaan yang mampu memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi sajalah yang akan mampu bersaing dan bertahan untuk hidup dan selanjutnya berkembang demi kelangsungan perusahaan.

Keunggulan kompetitif dapat dicapai apabila pelaku usaha mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya. Perusahaan harus mempunyai komitmen manajemen untuk meningkatkan kualitas jasa yang diberikan untuk memuaskan konsumen secara terus-menerus. Kepuasan konsumen menjadi sangat penting karena pada kenyataan yang ada, konsumen yang tidak puas terhadap pelayanan jasa yang didapatkannya cenderung akan mencari penyedia layanan jasa yang lain yang mampu memuaskan kebutuhannya.

Seiring dengan perkembangan pembangunan, bisnis usaha bengkel las menjadi salah satu usaha yang menjanjikan. Bengkel las ini adalah usaha yang tak kenal musim. Target konsumennya pun sangat beragam dari kalangan bawah,

menengah sampai kalangan atas. Namun bagaimanapun hal penting yang harus dilakukan adalah mencari cara untuk menyasati persaingan dengan usaha serupa. Muncul banyak bengkel yang tersebar di tiap tempat memberikan pelayanan dan kualitas yang bagus, baik bengkel yang bersifat resmi maupun tidak resmi. Keberadaan bengkel resmi maupun bengkel tidak resmi menjadi sebuah persaingan bisnis yang ketat karena antar bengkel ingin mendapatkan konsumen yang sebanyak- banyaknya agar mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

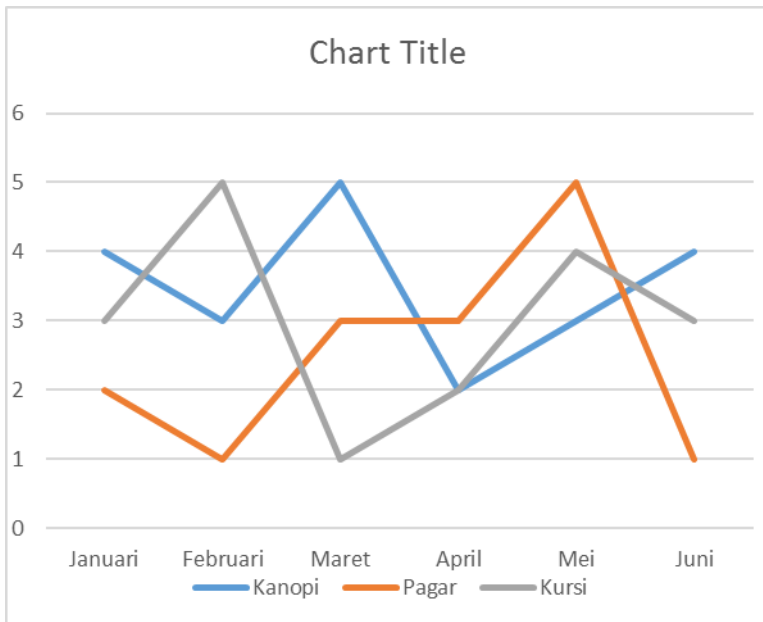
Keberhasilan usaha bengkel dimulai dari kemampuan dalam menentukan model dan bahan yang berkualitas. Bengkel sebagai pemberi pelayanan jasa harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Apabila bengkel mampu memberikan kualitas yang baik dengan mutu terjamin, cost akan turun, permintaan pasar dan produktivitas akan naik, hasilnya adalah kepuasan pelanggan dan meningkatnya revenue bagi pelaku usaha.

Bengkel yang sukses adalah bengkel yang mempunyai daya saing. Dalam rangka memenangkan persaingan tersebut, bengkel harus memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui hasil yang berkualitas. Konsumen akan bersedia membayar dengan nilai lebih pada pelayanan jasa

yang berkualitas. Keunggulan bengkel sangat ditentukan oleh kualitas dan hasil, seperti yang diinginkan oleh konsumen.

Bengkel Las Syahreza Teknik, merupakan salah satu penyedia jasa pembangunan, bengkel yang bertempat di desa Beji Kidul Purwosari. Bengkel ini berdiri sejak tahun 2016. Banyak pesaing yang menghalangi Bengkel Las Syahreza Teknik untuk bertahan namun bengkel ini berkembang semakin pesat sampai sekarang.

Berikut data awal riset dilakukan berdasarkan pada data pesanan.



Berdasarkan hasil studi dokumentasi data kunjungan konsumen menunjukkan angka yang berfluktuatif setiap bulannya. Pada bulan tertentu jumlah konsumen bengkel sangat tinggi, tetapi ada juga bulan yang jumlah konsumennya cukup rendah. Pada saat konsumen sedikit menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara sumber daya dan fasilitas yang ada dengan konsumen bengkel.

Pengukuran dan identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen sangat penting dilakukan. Banyak studi telah dilakukan untuk mengukur dan mengidentifikasi kepuasan konsumen yang diukur dari kualitas pelayanan jasa yang dirasakan. Metode Kualitas Jasa atau Service Quality (SERVQUAL) merupakan salah satu metode yang paling dikenal yang digunakan untuk mengukur kualitas dalam industri jasa. Metode tersebut untuk pertama kalinya diperkenalkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry. Metode kualitas jasa menurut Parasuraman terdiri dari 5 dimensi, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.

Kualitas hasil pengerjaan yang bagus diberikan oleh suatu perusahaan jasa merupakan faktor terpenting bagi kepuasan konsumen. Berdasarkan latar belakang yang telah

diuraikan di atas, menarik untuk dilakukan penelitian tentang ”Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Konsumen Bengkel Las Syahreza Teknik”.

Bengkel Las Syahreza Teknik sebagai penyedia jasa pembangunan perlu mengetahui kepuasan konsumennya, karena tingkat kepuasan konsumen akan mempengaruhi perilaku konsumen selanjutnya. Apabila konsumen puas, maka akan ada kemungkinan yang lebih tinggi untuk memanfaatkan kembali jasa pembangunan bengkel Las Syahreza Teknik. Konsumen yang merasa tidak puas pada layanan bengkel Las Syahreza Teknik akan beralih ke bengkel lain dan tentu dapat merusak reputasi bengkel dalam jangka panjang.

Secara umum dapat dilihat konsumen yang datang ke bengkel Las Syahreza Teknik cukup banyak setiap bulannya, walaupun dengan angka yang fluktuatif. Konsumen yang datang ada yang merupakan konsumen lama dan ada juga konsumen yang baru. Berdasarkan hasil studi pendahuluan terhadap pelayanan bengkel Las Syahreza Teknik, kebanyakan konsumen mengeluhkan waktu survey lokasi yang tidak bisa sinkron antara produsen dan konsumen. Kondisi ini secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, walaupun pelayanan yang lainnya sudah baik.

Kegagalan bengkel dalam memenuhi harapan konsumen dapat menimbulkan citra buruk bagi bengkel Las Syahreza Teknik . Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang diterima oleh konsumen. Kualitas pengerjaan harus diberikan sesuai dengan harapan konsumen sehingga dapat menimbulkan sikap positif pada konsumen, dengan kata lain pengerjaan tersebut dapat memberikan kepuasan konsumennya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka diperoleh latar belakang sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di bengkel las Syahreza Teknik ?
2. Variable kualitas pelayanan manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan !
3. Apakah dengan adanya penyediaan fasilitas berupa bebas ongkos kirim memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di bengkel las Syahreza Teknik ?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penulis

perlu membatasi permasalahan dengan tujuan agar penelitian lebih fokus. Pembatasan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di bengkel Las Syahreza Teknik.
2. Responden dipilih dari konsumen yang telah memanfaatkan jasa pembangunan bengkel Las Syahreza Teknik minimal dua kali.

Peneliti membatasi permasalahan pada kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen.
2. Mengetahui variable kualitas pelayanan yang paling berpengaruh pada kepuasan konsumen.
3. Mengetahui pengaruh kepuasan konsumen dengan adanya penyediaan fasilitas berupa bebas ongkos kirim.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan

masukan dan pertimbangan bagi manajemen bengkel dalam menentukan kebijakan strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan konsumen.

2. Bahan masukan untuk menyempurnakan pelayanan jasa bengkel, sehingga kualitas pelayanan dapat lebih ditingkatkan.
3. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan untuk pengembangan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran. Sebagai referensi bagi penelitian yang lain khususnya kualitas pelayanan jasa.