

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Dengan kemajuan didunia digital seperti saat ini sehingga persaingan bisnis didunia outlet penjualan dan service gadget juga memiliki banyak pesaing sehingga tidak lagi dapat diprediksikan diakarenakan persaingan yang sangat ketat di dalam usaha tersebut. Situasi ini mengharuskan setiap pengusaha yang ingin berkembang harus memiliki inovasi, kualitas yang kompetitif dan dikehendaki oleh pelanggan untuk menarik mereka mengkonsumsi produk ataupun jasa dari penggalak usaha tersebut. Bagi pengusaha dibidang jasa, kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan dan sebaliknya apabila kualitas pelayanan yang buruk akan menciptakan kepuasan pelanggan yang menurun.

Menurut Tjiptono 2012;55 Kepuasan pelanggan kualitas layanan merupakan elemen kunci yang menentukan kesuksesan implementasi pemasaran. Pelanggan akan cenderung menggunakan kembali apabila kualitas jasa yang diperolehnya lebih baik maupun sama dengan yang mereka bayangkan dan inginkan. Sehingga pelaku usaha harus mengupayakan agar kualitas pelayanan yang ditawarkan memenuhi keinginan pelanggan.

Persaingan yang ketatpun mulai dirasakan pada bisnis digital dan teknologi khususnya outlet penjualan dan jasa service hp (counter hp/ ponsel). Gadget, smartpone/ hp merupakan alat komunikasi yang canggih yang diciptakan oleh manusia pada jaman sekarang ini yang banyak digunakan oleh manusia di

Indonesia sehingga berbagai merek gadget pun bermunculan dipasaran pada saat ini dan pelaku usaha yang sama pun mulai merambah diseluruh dunia khususnya di kota Pekanbaru. Usaha yang bergerak dibidang jasa harus memiliki kualitas layanan yang baik untuk dapat memenuhi kepuasan pelanggan.

Adi Ponsel adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang teknologi gadget yang khususnya penjualan dan juga melayaniin service hp yang tentu saja harus menghadapi persaingan ini, akan tetapi untuk mewujudkan semua itu Adi Ponsel harus memenuhi syarat sebagai pemenuh kepuasan konsumen seperti pelayanan yang ramah, kualitas sperpart yang berkualitas, ketepatan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan dan sebagainya.

Setiap individu pada dasarnya mempunyai dua kebutuhan yaitu kebutuhan jasmasni dan kebutuhan rohani. Kebutuhan jasmasi meliputi kebutuhan kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Adapun kebutuhan rohani adalah kebutuhan kepuasan, misalnya dari segi pelayanan dan mutu barang yang dibeli. Terpenuhinya kebutuhan rohani ini sangat menentukan tingkat volume pembelian individu. Jasa pelayanan merupakan faktor penting dalam teori manajemen pemasaran, karena untuk memenangkan persaingan perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggnya.

Sebagai bahan pertimbangan peneliti juga melampirkan data konsumen yang melakukan penyervicesan hp di Adi Ponsel Pekanbaru :

Tabel 1.1

Data Konsumen yang Menggunakan Jasa Service di Adi Ponsel Marpoyan Pekanbaru Pada Tahun 2016.

No	Bulan	Jumlah (Unit)
1	Januari	90
2	Februari	67
3	Maret	77
4	April	86
5	Mei	89
6	Juni	98
7	Juli	87
8	Agustus	112
9	September	116
10	Oktober	89
11	November	111
12	Desember	116
Total		1138

Sumber : data penjualan jasa service hp Adi Ponsel tahun 2016

Penjelasan tabel diatas pada bulan januari jumlah konsumen service adalah sebesar 90 konsumen dan mengalami penurunan dibulan februari sehingga konsumen yang datang untuk menggunakan jasa servise sebanyak 67 konsumen d. Dapat disimpulkan dari tabel diatas yaitu penjualan jasa service hp terendah yaitu pada bulan februari yaitu dapat diperkirakan penyebabnya adalah konsumen lebih memilih untuk mengganti hp dibandingkan untuk memperbaikinya kembali. Kemudian penjualan jasa service paling banyak adalah pada bulan September dan Desember yaitu sebanyak 116 konsumen dapat diperkirakan konsumen lebih memilih untuk memperbaiki dibanding mengganti hpnya dengan alasan biaya, trend dan kenyamanan dalam menggunakan ponselnya tersebut.

Ada tiga macam yang harus dipertahankan dan tertus ditingkatkan oleh sebuah perusahaan/ Usaha jasa yaitu meningkatkan *diferensiasi kompetitip* (pembeda yang menonjol dari produk pesaing) mereka, kualitas jasa mereka, dan

produktifitas mereka. Ketiga macam tugas perusahaan penyedia pelayanan jasa ini saling berkaitan satu dengan yang lainnya, karena salah satu cara utama mendiferensiasikan sebuah perusahaan/ Usaha penyedia layanan jasa adalah memberikan jasa yang berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dengan pengelolaan yang baik maka akan menciptakan produktivitas yang baik, kuncinya adalah harus memenuhi atau melebihi harapan kualitas pelayanan jasa pelanggan.

Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lampaunya, setelah menerima jasa suatu perusahaan penyedia jasa, mereka akan membandingkan jasa yang dirasakannya dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa yang dirasakannya berada di bawah jasa yang diharapkan, pelanggan tidak berminat lagi pada penyedia jasa tersebut. Namun apabila sebaliknya maka mereka akan kembali lagi menggunakan penyedia jasa tersebut. Kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja yang ditawarkan dalam memenuhi harapan pelanggan tersebut (pembeli jasa), secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Philip Kotler mengutip dari jurnal Chad Tehune “Home Depot’s Home Improvement”, *wall street journal* 8 Maret 2001; Jika kinerja pelayanan dibawah harapan pelanggan, pelanggan tidak puas. Dan jika kinerja pelayanan memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Namun apabila kinerja pelayanan melebihi harapan, maka pelanggan akan amat puas dan senang.¹⁶

Sehingga timbul istilah “*Pelanggan Adalah Raja*”, “*Kepuasan Anda Adalah Keberhasilan Kami*” dan lain sebagainya, karena kunci mempertahankan

konsumen adalah memberikan kepuasan kepada konsumen itu sendiri. Ini menunjukkan begitu pentingnya kepuasan konsumen bagi sebuah perusahaan.

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 267:

*“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”*¹⁸ Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa bagaimana seharusnya sikap seseorang dalam menafkahkan hartanya di jalan Allah. Hendaknya menafkahkan yang baik dan berkualitas bukan yang buruk dan tidak berkualitas yang dia sendiri saja bahkan tidak menyukai dan menginginkannya. Oleh karena itu dalam memberikan jasa kepada orang lain kita harus memberikan pelayanan kepada orang lain dengan pelayanan yang baik dan berkualitas.

Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis untuk bersikap profesional yakni dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyalahgunakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya, sebagaimana terdapat dalam kitab Al Bukhārī hadis Rasulullah saw diriwayatkan oleh Imam Bukhārī yang artinya: *“Apabila amanat.*

disia-siakan, maka tunggulah kehancurannya, berkata seseorang: bagaimana caranya menyalahgunakan amanat ya Rasulullah? Berkata Nabi: apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya”.¹⁹ Buruknya perilaku bisnis para pengusaha

menentukan sukses-gagalnya bisnis yang dijalankan. Al Qur'an Surat Ali Imran ayat 159 menjelaskan:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”²⁰

Berdasarkan ayat di atas, jelas bahwa setiap manusia dituntut untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dan nyaman dengan kelemah lembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh-jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut.

Dengan secara tidak langsung, pelayanan yang baik akan mempromosikan barang/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan karena konsumen merasa puas. Namun kepuasan konsumen tersebut tidak bisa serta merta dengan mudah diciptakan karena kepuasan merupakan sesuatu yang abstrak dan setiap orang mempunyai sudut pandang yang berbeda dalam menilai kepuasan yang mereka rasakan atas jasa pelayanan yang mereka dapatkan. Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu (*kualitas*) suatu produk, baik itu berupa barang maupun jasa. Adapun faktor dimensi kualitas pelayanan ada lima macam yaitu:

Daya Tanggap (*Responsiveness*), Keandalan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*), Perhatian (*Emphaty*) dan Bukti Fisik (*Tangibles*).

Hal yang menyebabkan mengapa harus melakukan penelitian terhadap kepuasan konsumen adalah penelitian kepuasan konsumen bukan hanya sekedar untuk mengetahui seberapa besar antusias konsumen dengan jasa yang ditawarkan saja. Salah satu tujuan penting yang dapat diterapkan dari hasil penelitian dan pengujian kepuasan konsumen ini adalah untuk mengetahui apakah jasa yang ditawarkan benar-benar berkualitas dan mampu memuaskan konsumen atau tidak. Jika hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap kepuasan konsumen memperlihatkan bahwa jasa yang ditawarkan ada yang tidak bisa memuaskan konsumen, maka perusahaan/ usaha bisa memperbaiki jasa tersebut dengan membuat inovasi baru atau bisa memperbaiki dari jasa yang di anggap kurang memuaskan konsumen agar konsumen lebih puas dengan produk jasa tersebut dan perusahaan bisa berkembang, inilah mengapa penelitian ini sangat diperlukan.

Dengan uraian dari latar belakang masalah di atas maka dalam penulisan skripsi ini, penulis ingin mengangkat penelitian yang dituangkan dalam sebuah karya ilmiah dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Service HP Terhadap Kepuasan Konsumen Adi Ponsel Marpoyan”**.

1.2.Rumusan Masah

Dari identifikasi masalah yang diuraikan di atas, maka disusunlah rumusan masalah yang akan dibahas dan diteliti dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh Adi Ponsel Mapoyan Pekanbaru berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Adi Ponsel Marpoyan Pekanbaru.

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh variabel dari kualitas pelayanan jasa *service* secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen pada Adi Ponsel Marpoyan
2. Untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh variabel *Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles* terhadap kepuasan Konsumen secara simultan dan parsial

b. Manfaat Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

- a. Bagi peneliti, sebagai wadah untuk dapat menerapkan ilmu dan pengetahuan yang telah diperoleh dalam masa perkuliahan, khususnya dibidang Manajemen Sumber Daya Manusia.
- b. Bagi perusahaan, hasil ini diharapkan bermamfaat sebagai masukan dan sumbangan pemikiran dalam upaya mengelola sumber daya manusia dan lingkungan kerja agar karyawan dapat mencapai produktivitas kerja maksimal.

- c. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan bermamfaat sebagai sumber informasi dan referensi bagi penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

1.4.Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan ini sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori dari para ahli yang relevan dengan pembahasan penelitian, penelitian dahulu yang menjadi acuan dalam penelitian, hipotesis dan struktur penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Merupakan uraian mengenai lokasi penelitian, operasional variable penelitian, penentuan populasi dan sampel, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan secara sejarah singkat Adi Posel struktur Organisasi, dan Aktivitas yang dijalankan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan penyajian hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Kepuasan Konsumen dalam menggunakan Jasa Service Adi Ponsel

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menguraikan tentang kesimpulan yang berisi jawaban atas pertanyaan penelitian serta sarana bagi pihak terkait



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau