

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sepeda motor sebagai alat transportasi mempunyai peran yang sangat penting dalam masyarakat. Hal ini dikarenakan sepeda motor selain harganya yang terjangkau bagi ekonomi rakyat Indonesia, juga mempunyai nilai yang sangat penting bagi keberlangsungan dan kemudahan distribusi barang, terutama dalam mendukung kelancaran transaksi yang berhubungan dengan perdagangan dan bisnis lainnya. Dengan semakin banyaknya masyarakat memiliki kendaraan bermotor, maka banyak sekali menciptakan peluang pekerjaan bagi masyarakat baik itu sebagai pemilik showroom kendaraan, sebagai penjualan motor bekas, maupun usaha pendirian bengkel kendaraan bermotor.

Banyak sekali bengkel yang telah berdiri di Kecamatan Merbau Kepulauan Meranti baik bengkel umum yang memberikan pelayanan pada semua merek motor tertentu. Untuk memperoleh pengetahuan tentu saja diperlukan kemauan dan waktu. Namun sebagian besar pemilik kendaraan bermotor biasanya merasa dirinya tidak memiliki kedua hal tersebut. Karena dengan segala aktivitas yang dilakukan maka pemilik kendaraan bermotor beranggapan terlalu sibuk sehingga tidak perlu mempelajari komponen kendaraan, dan ada banyak orang yang beranggapan tidak perlu mempelajari komponen kendaraan karena telah ada pihak yang dapat dibayar untuk jasa perbaikan kendaraan.

Persaingan yang semakin ketat terjadi didalam dunia otomotif khususnya produk sepeda motor karena produk ini merupakan alat transportasi darat yang paling dominan banyak dimiliki dan dibutuhkan oleh masyarakat. Memang tidak mudah menjadi yang terbaik, selain harus menyediakan kualitas terbaik juga ada faktor pola perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak, apalagi diindonesia yang terdiri dari banyak pulau, sehingga memiliki ragam pola pemikiran yang berbeda pula.

Menurut levitt dalam Tjiptono (1997), syarat yang harus dipenuhi oleh satu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (reasonable). Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena keberlangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumen. Perilaku konsumen sendiri merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut (Engel et al., 1994).

Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah, tetapi cukup sulit dan

kompleks, khususnya disebabkan oleh banyaknya variabel yang mempengaruhi dan variabel-variabel tersebut saling berinteraksi. Meskipun demikian, bila hal tersebut dapat dilakukan, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih keuntungan yang jauh lebih besar dari pada pesaingnya karena dengan dipahaminya perilaku konsumen, perusahaan dapat memberikan kepuasan secara lebih baik kepada konsumennya (Kotler et al, 1996 dalam Tjiptono 1997).

Peningkatan kualitas merupakan salah satu strategi pemasaran yang ditekankan pada pemenuhan keinginan pelanggan. Untuk menciptakan kualitas layanan yang tinggi, sebuah bengkel harus menawarkan layanan yang mampu diterima dan dirasakan pelanggan sesuai dengan atau melebihi apa yang diharapkan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan dibanding harapannya, pelanggan tentu akan semakin puas.

Pengaruh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah meningkatkan kesadaran dan tuntutan masyarakat akan pelayanan yang baik, termasuk dalam hal ini adalah usaha dibidang bengkel yang akhir-akhir ini berkembang pesat, baik secara kualitas maupun kuantitas. Dapat kita lihat hampir disetiap jalan raya maupun wilayah perkampungan banyak banyak tempat-tempat yang menyediakan jasa bengkel. Dengan banyaknya usaha dibidang perbengkelan ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara satu bengkel dengan bengkel lainnya. Dengan adanya persaingan ini pula maka masing-masing bengkel berusaha meningkatkan jumlah konsumen serta mempertahankan konsumen agar tetap setia menggunakan jasanya dengan cara meningkatkan kepuasan konsumen.

Agar kendaraan selalu dalam keadaan baik maka diperlukan perawatan dan servis berkala. Untuk itu sangat dibutuhkan jasa bengkel motor. Bengkel motor adalah usaha yang didirikan dengan tujuan menerima jasa perawatan dan perbaikan kendaraan roda dua atau umumnya disebut motor (Effendi, 2009). Jasa sendiri dapat diartikan sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Kotler, 1994). Jasa layanan pada bengkel motor antara lain: servis, ganti oli, modifikasi mesin, *setting* untuk motor balap baik motor bebek maupun motor matic, *bore up*, *porting polish*, *spare part* dan aksesoris motor.

Kepuasan yang dirasakan pelanggan, akan berdampak positif bagi bengkel, diantaranya akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan reputasi bengkel akan semakin positif dimata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya. Oleh karena itu, setiap bengkel perlu berupaya memahami nilai-nilai yang diharapkan pelanggan dan atas dasar itu kemudian berusaha memenuhi harapan tersebut semaksimal mungkin. Cara yang dapat ditempuh untuk memahami harapan pelanggan dan kebutuhan pelanggan antara lain dengan melakukan pemantauan kepuasan pelanggan (misalnya dengan observasi, survei, *ghost shopping*, *lostcustomer analysis*).

Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh memang tidak mudah, bahwa tidak realitas bila suatu perusahaan mengharapakan tidak ada pelanggan yang tidak puas. Namun tentu saja setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan

yang semakin hari semakin baik. Dan pada saat yang bersamaan perusahaan perlu pula memperhatikan konsumen yang merasa tidak puas.

Menurut Parasuraman, (dalam Tjiptono) terdapat lima aspek penting yang harus diperhatikan dalam kualitas jasa pelayanan, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

Bengkel motor jaya mandiri merupakan salahsatu usaha yang bergerak dibidang perbengkelan sepeda motor didesa pelantai kecamatan merbau kepulauan meranti yang mana dalam aktivitas-aktivitas sehari-hari bengkel ini mempunyai banyak pesaing.

Banyaknya pesaing tidak menghalagi bengkel motor jaya mandiri untuk tetap bertahan bahkan mampu berkembang pesat sampai sekarang ini. Memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen merupakan visi dari bengkel motor jaya mandiri untuk tetap eksis didunia perbengkelan.

Berikut ini adalah tabel yang menunjukan jumlah konsumen bengkel motor jaya mandiri selama 4 tahun adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

**Data Jumlah Konsumen Bengkel Motor Jaya Mandiri Desa Pelantai
Pada Tahun 2017**

Tahun 2017	Jumlah konsumen bengkel motor jaya mandiri
Januari	196
Februari	212
Maret	221
April	238
Mei	245
Juni	220
Juli	232
Agustus	250
September	253
Oktober	266
November	274
Desember	292
Total	2.899

Sumber : Bengkel Motor Jaya Mandiri (2017)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah konsumen bengkel motor jaya mandiri cukup banyak. Namun hal tersebut tidak menjamin bahwa konsumen akan selalu loyal pada bengkel motor jaya mandiri. Bengkel motor jaya mandiri mempunyai peluang dan tantangan seperti bengkel-bengkel pada umumnya. Konsumen akan membandingkan layanan dan dukungan yang diberikan bengkel motor jaya mandiri dengan layanan dan dukungan yang mereka harapkan. Jika konsumen merasa puas, maka konsumen akan kembali lagi ke bengkel motor jaya mandiri dan menjadi konsumen yang setia serta akan menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain, sehingga jumlah konsumen bengkel motor jaya mandiri akan bertambah. Tetapi jika konsumen merasa tidak

puas, maka konsumen akan mengeluhkan ketidakpuasannya tersebut kepada pihak bengkel motor jaya mandiri.

Tidak semua keluhan konsumen terungkap dengan jelas. Keluhan tersebut ada yang ada yang berdampak langsung dan ada yang tidak langsung terhadap kualitas pelayanan usaha bengkel motor jaya mandiri desa pelantai.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis berminat mengambil judul “ **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN BENGKEL MOTOR JAYA MANDIRI DESA PELANTAI KECAMATAN MERBAU KEPULAUAN MERANTI**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- Apakah kualitas pelayanan(meliputi dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel motor jaya mandiri desa pelantai kecamatan merbau kepulauan meranti.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel motor jaya mandiri.
2. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh pada kepuasan konsumen pada bengkel motor jaya mandiri.

Manfaat :

1. Bagi bengkel motor jaya mandiri

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk menyempurnakan pelayanan jasa bengkel sehingga kualitas pelayanan dapat lebih ditingkatkan.

2. Bagi penulis

Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan juga dapat menambah ilmu pengetahuan bidang ilmu manajemen pemasaran, dan melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.

3. Bagi pihak lain

Diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi yang bermanfaat untuk menambah pengetahuan bagi penelitian selanjutnya yang tertarik untuk mengangkat tema yang sama dan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam.

1.4 Sistematika Penulisan

Secara sistematis dalam penulisan menguraikannya dalam enam bab yang masing-masing bab membahas sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

pada bab ini penulis menguraikan Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : Telaah Pustaka

Pada bab ini penulis menguraikan tentang Teori-teori terutama yang berhubungan dengan kualitas jasa, kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini penulisan menguraikan tentang Lokasi Penelitian, Operasional Variabel Penelitian, Jenis dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Populasi dan Sampel serta Teknik Analisis Data.

BAB IV : Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada bab ini dibahas mengenai sejarah singkat perusahaan, visi, dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan.

BAB V : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini penulis akan membahas mengenai identifikasi responden dan tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan serta pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel motor jaya mandiri desa pelantai.

BAB VI : Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan penutup berisikan kesimpulan dan saran sehubungan dengan masalah yang dibahas.