

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era saat ini dunia bisnis di Indonesia terus mengalami perkembangan dengan persaingan yang semakin kuat. Dalam kondisi ini menuntut perusahaan agar bisa bersaing dengan unggul dalam usahanya dan juga mampu bersaing secara irasional. Jika perusahaan mempunyai harapan ingin berkembang dan memiliki keunggulan bersaing perusahaan harus mampu untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan juga memenuhi keinginan pelanggan sesuai yang diharapkan.

Saat ini industri otomotif di Indonesia mengalami perkembangan di setiap tahunnya, semakin tahun semakin meningkat pada tahun 2023 tercatat sebesar 153 juta unit menurut Ruly (2023). Melebihi 50% dari jumlah populasi warga Indonesia. Transportasi merupakan salah satu bagian yang penting bagi kehidupan manusia sehari karena dengan adanya alat transportasi manusia akan lebih mudah untuk berpindah tempat secara cepat baik dengan jarak jauh ataupun jarak dekat.

Saat ini yang menjadi peluang besar bagi para pengusaha yaitu salah satunya Industri jasa pencucian kendaraan, yang artinya saat ini para pelaku usaha memegang peranan penting dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dengan melihat situasi perekonomian di Indonesia saat ini dengan banyaknya jumlah transportasi dan jumlah kendaraan yang terus mengalami peningkatan pada setiap tahunnya, hal ini yang akan menjadi peluang bagi bisnis industri jasa dengan tujuan untuk mengurangi banyaknya jumlah pengangguran di Indonesia dan juga untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di Indonesia. Hal tersebut yang menjadi peluang besar bagi industry jasa cuci kendaraan bermotor yang memberikan pelayanan kepada masyarakat apabila pelanggan tidak mempunyai waktu luang untuk melakukan perawatan kendaraan bermotornya karena banyaknya aktifitas lainnya.

Pelaku usaha yang dapat memberikan layanan yang berkualitas dan sesuai dengan harapan pelanggan lebih mungkin bertahan karena bisnis dapat menciptakan nilai lebih dari pesaingnya. Pada dasarnya semua kegiatan ekonomi yang hasilnya bukan produk fisik atau structural, biasanya dikonsumsi pada saat diproduksi menambah nilai misalnya (kenyamanan,

hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau dapat memecahkan masalah yang dihadapi oleh pelanggan (Luppiyadi, 2014).

Saat ini perusahaan tidaklah mudah melakukan pelayanan jasa, suatu perusahaan akan dihadapkan pada persaingan yang ketat tidak hanya membuat pelanggan tertarik, tetapi juga akan membuat konsumen tersebut menjadi pelanggan dan dapat meningkatkan suatu pendapatan perusahaan. Kualitas layanan disusun atas perbandingan dua faktor utama, yang pertama yaitu persepsi pelanggan terhadap suatu layanan aktual yang akan diterima oleh pelanggan dari penyedia layanan. Jika pelayanan yang diberikan lebih tinggi dari harapan pelanggan maka pelayanan tersebut dapat diartikan sebagai kualitas yang tinggi, dan jika pelayanan yang diberikan dibawah harapan pelanggan, maka pelayanan tersebut dapat diartikan sebagai kualitas tinggi. Kepuasan pelanggan adalah salah satu kunci sukses bisnis. karena jika pelanggan merasakan kepuasan yang diberikan oleh suatu perusahaan maka perusahaan akan mampu untuk bersaing atau mengungguli para pesaing lainnya.

Kepuasan pelanggan adalah salah satu kunci keberhasilan bagi perusahaan, ketika perusahaan mampu memuaskan pelanggan maka perusahaan dapat bersaing atau mengungguli para pesaingnya. Dalam memasarkan suatu barang atau jasa, perusahaan selalu berusaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan baik pelanggan lama maupun pelanggan baru. Oleh karena itu untuk memasarkan suatu jasa perlu menguasai unsur kecepatan, ketepatan, keamanan, keramahan dan kenyamanan. Kebutuhan pelanggan perlu diketahui dengan jelas, yang merupakan suatu pengembangan produk untuk dapat mencapai suatu harapan pelanggan, sehingga bukan hanya sekedar memenuhi.

Banyaknya para pesaing yang semakin ketat dalam dunia bisnis saat ini khususnya pada usaha pencucian mobil yang banyak diminati dan dibutuhkan oleh masyarakat. Bagi dari suatu kebutuhan sehari hari kendaraan akan semakin banyak diminati oleh masyarakat, saat ini industri cuci kendaraan telah muncul sebagai kebutuhan perawatan kendaraan yang semakin diminati oleh masyarakat karena dinilai sangat membantu dalam melakukan perawatan kendaraan di saat mereka banyak melakukan ke sibukan di setiap hari harinya.

UD Singgih Jaya adalah bisnis cuci mobil yang sedang berkembang di kota Gresik yang bergantung pada hasil kerja yang baik, fasilitas dan perlengkapan yang lengkap, dan pelayanan yang memuaskan pelanggan. Salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh UD Singgih Jaya sebagai bisnis cuci mobil adalah memberikan pelayanan, seperti keramahan dan kesopanan karyawan kepada pelanggan. Jika pelayanan yang mereka berikan tidak memuaskan pelanggan

Service Quality (Servqual) adalah metode untuk mengukur kepuasan pelanggan. Servqual menciptakan penilaian pada kinerja kualitatif, seperti subjektif yang seringkali bias, dalam penilaian persepsi. Melihat keterbatasan servqual ini memungkinkan integrasi dan langkah-langkah tambahan untuk menciptakan hasil yang realistis dan objektif.

Satu metode tambahan adalah Customer Satisfaction Index (CSI). CSI mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan karakteristik kualitas layanan yang diukur. Hasil pengukuran CSI dapat digunakan sebagai acuan untuk menetapkan sasaran untuk meningkatkan pelayanan kepelanggan.

Jumlah data transaksi yang didapat dari UD Singgih Jaya pada tahun 2018 sampai 2022 tidak stabil pada tahun 2018 jumlah konsumen mencapai 3863 pada tahun mengalami peningkatan sebanyak 4635 konsumen pada tahun 2020 mengalami penurunan sebanyak 4324 konsumen pada tahun 2021 mengalami penurunan 3582 konsumen dan pada tahun 2022 mengalami penurunan sebanyak 3228 konsumen. Jumlah service cuci mobil yang tidak stabil ini melatar belakangi penelitian ini.

Faktor-faktor tertentu menentukan kepuasan konsumen pada suatu produk atau jasa. Oleh karena itu, variabel penelitian dalam penelitian ini adalah faktor-faktor berikut: *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati). Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan *Servqual* dan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI) (Studi kasus: UD Singgih Jaya)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan UD Singgih Jaya sudah memenuhi harapan pelanggan

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan UD Singgih Jaya
2. Mengetahui penilaian konsumen terhadap pelayanan di UD Singgih Jaya
3. Mengetahui gap antara persepsi dan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh UD Singgih Jaya

1.4 Batasan Penelitian

Agar permasalahan tidak meluas, maka dalam penelitian ini perlu adanya batasan-batasan agar lebih terarah dan mengenai sasaran. Batasan masalah yang diambil untuk penelitian ini adalah:

1. Penelitian dilakukan di perusahaan jasa cuci mobil UD Singgih Jaya Gresik.
2. Responden merupakan pelanggan/ member UD Singgih Jaya yang sudah pernah berkunjung lebih dari dua kali.
3. Penentuan tingkat kepuasan pelanggan menggunakan metode *Service Quality* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*.
4. Pengambilan data menggunakan kuesioner.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini penulis berharap dapat memperoleh beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Sebagai bahan informasi bagi perusahaan UD Singgih Jaya di Gresik berupa masukan atau saran dalam memberikan kepuasan pelanggan.

2. Bagi penulis, agar dapat menambah ilmu, keterampilan dan pengalaman dalam mengaplikasikan teori perkuliahan ke dalam dunia nyata khususnya dalam bidang pemasaran.

