

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran adalah sebuah usaha bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan, mendistribusikan usaha tersebut untuk memenuhi atau memuaskan keinginan pasar sasaran ataupun pelanggan. Dalam pemasaran ini banyak pula bidang yang dikaji salah satunya adalah kepuasan pelanggan. Menurut (Sismiyati, 2017: 3) pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang didalamnya ada sekelompok maupun individu untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan, menawarkan, atau pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain.

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi hasil setelah membandingkan apa yang mereka rasakan dengan harapannya yang berasal dari pembelian atau pemakaian suatu jasa atau produknya. Menurut (Erpurini, 2019: 183) kepuasan pelanggan merupakan perasaan pelanggan tentang senang atau kecewanya yang berasal dari membandingkan antara kesannya terhadap hasil dengan suatu produk atau jasa yang diharapkan.

Kepuasan pelanggan bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah fasilitas dan kualitas pelayanan. Fasilitas dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dikarenakan kenyamanan pelanggan dapat menunjukkan kesesuaian dengan harapan yang diinginkan atau melampaui harapan oleh pelanggan sehingga fasilitas merupakan sarana yang disediakan oleh penyedia jasa untuk digunakan atau dirasakan oleh pelanggan untuk tujuan memberikan tingkat

kemudahan dan kepuasan yang maksimal. Oleh karena itu yang menjadi bukti fasilitas penyedia jasa yang diberikan itu bagus ialah bukti kualitasnya sebagaimana fasilitas tidak dapat dirasakan seperti barang, maka pelanggan lebih memperhatikan fakta-fakta yang bisa pelanggan rasakan yang berkaitan dengan jasa seperti bukti kualitas.

Menurut (Pantilu et al., 2018: 3724) fasilitas ialah suatu sarana atau prasana yang diberikan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, kebutuhan, dan kenyamanan bagi pembeli jasa atau pengguna jasa. Apabila kebutuhan pelanggan terpenuhi atau sesuai dengan apa yang mereka inginkan, maka pelanggan akan merasa puas.

Selain fasilitas ada faktor lain tidak kalah penting untuk diperhatikan setelah fasilitas ialah kualitas pelayanan yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dikarenakan layanan yang diberikan melebihi ekspektasi pelanggan, maka kualitas layanan akan dianggap baik, sedangkan pelayanan yang diberikan lebih buruk dari ekspektasi pelanggan, maka kualitas layanan dianggap buruk. Mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang baik atau tertinggi merupakan hal utama dalam tujuan pemasaran. Bahkan, akhir-akhir ini sangat banyak perusahaan memberikan kepuasan total kepada pelanggan, artinya untuk mencapai kepuasan parsial tidaklah cukup untuk membuat pelanggan kembali lagi atau setia untuk melakukan pembelian ulang, agar pelanggan tidak pindah dalam mendapatkan apa yang mereka inginkan.

Menurut (Imanuel & Tanoto, 2019: 2) pelaku bisnis terutama dalam industri jasa selalu dituntut untuk selalu memprioritaskan kualitas layanannya. Pelanggan

menilai dari hasil kualitas layanan yang diberikan perusahaan dibandingkan dengan harapan sebelum pelayanan diberikan kepada pelanggan. pelayanan akan bagus jika pelayanan atau persepsi melebihi ekspektasi itu akan dianggap bagus, sedangkan kualitas layanan dinilai buruk jika kualitas pelayanan yang diberikan di bawah ekspektasi pelanggan.

Kualitas pelayanan bermula dari kebutuhan seorang pelanggan dan akan berakhir pada persepsi pelanggan itu sendiri. Hal ini bermaksud kualitas layanan dinilai baik bukan dilihat dari persepsi pihak perusahaan melainkan dinilai dari keseluruhan kelebihan atau keunggulan suatu jasa yang diberikan. Kualitas layanan dihasilkan dengan membandingkan persepsi dan ideal sebuah kinerja dimensi kualitas.

Pelayanan merupakan kunci dalam pemasaran untuk meningkatkan omset penjualan perusahaan. Dalam meningkatkan penjualan perusahaan ini tergantung pada keahlian manajemen dari sebuah perusahaan itu sendiri dalam memanfaatkan peluang yang ada di dalam masyarakat tergantung pada bauran pemasarannya yang dilakukan perusahaan agar dapat menimbulkan *feedback* bagi perusahaan.

PT Anugerah Avava Cemerlang *Tour and Travel* merupakan perusahaan industri jasa yang melayani paket *tour and travel* domestik maupun internasional. PT Anugerah Avava Cemerlang Tour dan Travel ini di bangun pada tanggal 31 maret 2016 yang berlokasi di Komplek Jodoh Marina, Avava Mall Lantai Dasar No.11A Jodoh-Batam. PT Anugerah Avava Cemerlang memberikan pelayanan kepada pelanggan yang dapat disesuaikan dengan apa yang diinginkan pelanggan.

PT Anugerah Avava Cemerlang memberikan paket khusus yang paling eksklusif kepada pelanggan dalam anggaran dan preferensi pelanggan sendiri.

PT Anugerah Avava Cemerlang Tour dan Travel mempunyai visi yaitu menjadi perusahaan terdepan dan terbesar di Indonesia khususnya di Batam, yang memberikan pengalaman tak terlupakan kepada pelanggan, praktisi bisnis, dan mitra kami. PT Anugerah Avava Cemerlang Tour dan Travel juga mempunyai misi yaitu selalu menyediakan atau memberikan pelayanan terbaik dari yang lebih baik dan berkomitmen membuat perjalanan wisata yang unik serta menarik.

Saat ini untuk bisnis tour & travel ini banyak terdapat pesaing selain PT Anugerah Avava Cemerlang Tour and Travel seperti Batam Tourist, Batam Wisata, Lintas Buana, Ashun Tour and Travel, Batam Indah, VIP Tour and Travel, Dan lain-lainnya. Dari beberapa pesaing itu mengakibatkan turunnya pelanggan yang menggunakan jasa pada PT Anugerah Avava Cemerlang. hal tersebut mendorong PT Anugerah Avava Cemerlang Tour and Travel harus mempertahankan fasilitas dan kualitas pelayanan yang baik untuk mempertahankan pelanggannya.

Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan ada berbagai fasilitas yang diberikan oleh PT Anugerah Avava Cemerlang yaitu driver, rental mobil, tiket (*attraction*, tiket kapal, pesawat, kereta), voucher hotel. Ada beberapa fasilitas yang kurang diberikan oleh PT Anugerah Avava Cemerlang ini yaitu *clutch bag*, *cover passport*, *nametag*, topi, pin logo, kaos untuk tiap masing-masing pelanggan atau peserta, tidak menyediakan P3K selama perjalanan, tidak menyediakan jasa *photo stop* (*hardcopy* maupun *soft copy*) dalam paket tournya. Fasilitas yang

kurang diberikan oleh PT Anugerah Avava Cemerlang ini dapat mengakibatkan kurangnya kepuasan pelanggan.

Selain fasilitas yang diberikan PT Anugerah Avava Cemerlang terdapat faktor kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan PT Anugerah Avava Cemerlang memberikan keterampilan praktis dan terbaik dalam memuaskan pelanggan seperti memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam pemesanan tiket, hotel, paket, dan lain-lain.

Dalam PT Anugerah Avava Cemerlang masih ada saja pelanggan yang mengeluh tidak mengerti sistem perjalanan yang diberikan atau kurangnya informasi yang diberikan karyawan kepada pelanggan. Tidak hanya itu, ada beberapa pelanggan yang mengeluh karena pelayanan yang diberikan tidak memuaskan atau respon karyawan masih kurang ramah sehingga membuat pelanggan tidak mendapatkan informasi yang jelas. Hal ini dibuktikan karena ada pelanggan yang bolak-balik bertanya dan bahkan datang kembali ke PT Anugerah Avava Cemerlang untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas agar tidak terjadi apa yang diinginkan.

Hubungan emosional dan komunikasi yang kurang baik yang diberikan oleh PT Anugerah Avava Cemerlang ini mengakibatkan terjadinya jarak antara agen dengan pelanggan. Kondisi ini berakibat pada kepuasan pelanggan dalam pembelian ulang pada perusahaan tersebut. PT Anugerah Avava Cemerlang selalu menunggu keluhan pelanggan baru perusahaan mulai untuk menanggapi keluhan pelanggan

tersebut. Perusahaan tersebut tidak bisa inisiatif untuk melakukan tanggung jawab mereka.

Berikut akan ditampilkan tabel penjualan selama 24 bulan mulai dari bulan Januari 2018 – Desember 2019 :

Tabel 1.1 Data Penjualan PT Anugerah Avava Cemerlang
Di Kota Batam Periode Januari 2018 – Desember 2019

PERIODE	PENJUALAN	PERIODE	PENJUALAN
Januari 2018	139,310,800.00	Januari 2019	71,259,700.00
Febuari 2018	72,743,650.00	Febuari 2019	56,772,400.00
Maret 2018	199,957,600.00	Maret 2019	90,697,424.00
April 2018	118,363,800.00	April 2019	67,578,700.00
Mei 2018	90,796,300.00	Mei 2019	158,136,000.00
Juni 2018	79,069,800.00	Juni 2019	60,878,000.00
Juli 2018	113,586,000.00	Juli 2019	48,706,200.00
Agustus 2018	111,949,400.00	Agustus 2019	59,398,500.00
September 2018	56,157,800.00	September 2019	35,510,000.00
Oktober 2018	90,846,250.00	Oktober 2019	48,857,000.00
November 2018	87,125,100.00	November 2019	69,623,600.00
Desember 2018	170,760,800.00	Desember 2019	20,780,000.00
TOTAL	1,330,667,300.00	TOTAL	788,197,524.00

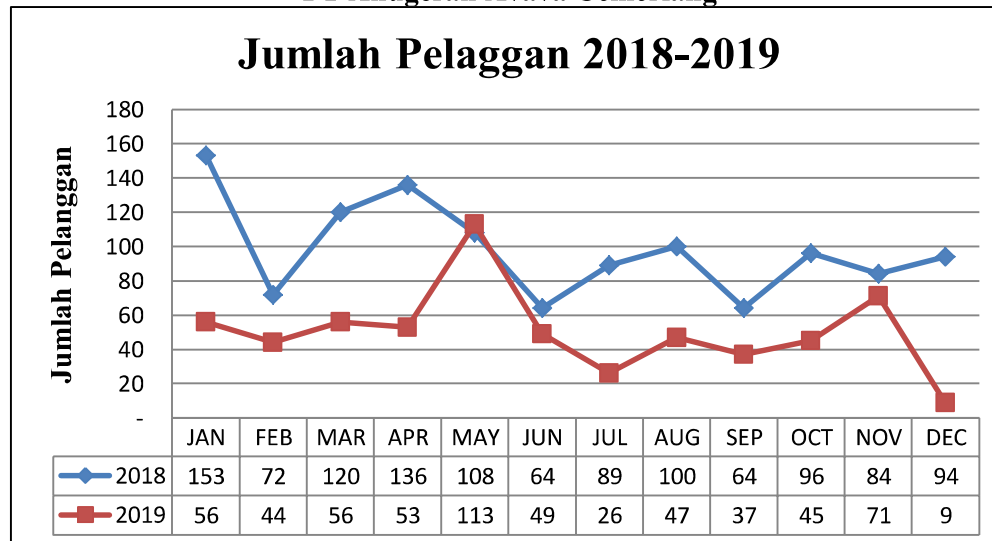
Sumber : PT Anugerah Avava Cemerlang

Di lihat dari tabel penjualan 1.1 diatas terlihat pada bulan Januari 2018 sampai bulan Desember 2019 selama 24 bulan,perusaahan PT Anugerah Avava Cemerlang mengalami naik turunnya jumlah penjualan tiap bulannya atau mengalami fluktuasi.

Naik turunnya penjualan pada PT Anugerah Avava Cemerlang yang tidak stabil ini, karena pendapat atau sikap setiap pelanggan pada saat memilih jasa itu selalu berbeda-beda, pelanggan juga berasal dari beberapa segmen yang berbeda, sehingga apa yang pelanggan butuhkan juga berbeda-beda, cara pelanggan memutuskan pembelian pada PT Anugerah Avava Cemerlang itu berbeda-beda. Dalam pengambilan keputusan seorang pelanggan saat membeli jasa di PT

Anugerah Avava Cemerlang berdasarkan fasilitas yang diberikan dan kualitas yang dirasakan. Berikut ada line chart data jumlah pelanggan dalam pembelian tiket pada PT Anugerah Avava Cemerlang sebagai berikut :

**Gambar 1.1 Line Chart Data Jumlah Pelanggan
PT Anugerah Avava Cemerlang**



Sumber : PT Anugerah Avava Cemerlang

Dilihat dari gambar 1.1 diatas terlihat pada bulan Januari 2018 – Desember 2019 menunjukkan jumlah pelangganyang menunjukkan pada bulan Januari 2018 terdapat 153 pelanggan pada tahun 2019 bulan januari terdapat 56 pelanggan hal tersebut menandakan penurunan yang cukup dratis sebesar 63%. Ini terjadi karena kurangnya fasilitas dan kualitas pelayanan yang diberikan untuk memenuhi kepuasan pelanggan itu kurang mengakibatkan pembelian ulang pada PT Anugerah Avava Cemerlang ini sangat minim atau kurang.

Pelanggan yang tidak merasa puas dengan fasilitas dan kualitas pelayanan yang diberikan, maka pelanggan tersebut tidak akan membeli atau menggunakan jasa yang perusahaan tawarkan. Selain itu pelanggan yang kurang puas akan

menceritakan kepada orang lain tentang apa yang pelanggan rasakan, sehingga dapat menimbulkan berkurangnya jumlah pelanggan pada perusahaan tersebut.

Besarnya harapan pelanggan pada bisnis jasa tersebut membuat para pelanggan sangat detail dalam memilih biro perjalanan yang akan dapat memuaskan keinginan mereka, pelanggan akan memilih biro perjalanan apa yang akan digunakan untuk perjalanan mereka. Sehingga tugas perusahaan agar meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanan yang lengkap, sehingga akan dapat pula meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan dasar itulah, maka peneliti merasa tertarik untuk menganalisis secara mendalam tentang **“Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Anugerah Avava Cemerlang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Fasilitas yang diberikan belum cukup lengkap.
2. Tidak adanya fasilitator sebagai media keluhan untuk pelanggan.
3. Hubungan dan emosional yang kurang baik yang diberikan ke pelanggan.
4. pelayanan yang diberikan kepada pelanggan masih kurang memuaskan.
5. Masih adanya respon yang kurang jelas dari karyawan.
6. Fasilitas dan kualitas yang kurang mengakibatkan menurunnya kepuasan pelanggan.
7. Kurangnya kepuasan pelanggan yang didapat mengakibatkan turunnya omset penjualan.
8. Jumlah pelanggan mengalami fluktuasi yang disebabkan oleh kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan.

1.3 Batasan Masalah

Dikarenakan keterbatasan waktu dan biaya maka ada beberapa faktor yang menjadi masalah dalam proses penelitian. Faktor-faktor tersebut adalah fasilitas, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah untuk menjelaskannya secara singkat.

1.4 Rumusan Masalah

- a. Apakah Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Anugerah Avava Cemerlang?
- b. Apakah kepuasan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Anugerah Avava Cemerlang?
- c. Apakah fasilitas dan kepuasan pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Anugerah Avava Cemerlang?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka penulis membuat tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada PT Anugerah Avava Cemerlang
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Anugerah Avava Cemerlang
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Anugerah Avava Cemerlang.

1.6 Manfaat

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat, Ilmu pengetahuan serta wawasan khususnya dalam bidang sumber daya manusia yang terkait fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi mahasiswa

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan referensi dan kajian mahasiswa Universitas Putera Batam, khususnya mahasiswa program studi Manajemen.

2. Bagi universitas

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi secara teoritis sebagai bahan pengetahuan atau wawasan untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang terkait dengan pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan online travel agent.

3. Bagi perusahaan

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada pegawai pada PT Anugerah Avava Cemerlang.