

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Beberapa tahun terakhir, tingkat pertumbuhan kendaraan di kota Batam mengalami penurunan. Tahun 2016 sampai tahun 2018, pertumbuhan kendaraan di kota Batam hanya dikisaran 5 hingga 7 persen saja. Data Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah (BP2RD) Provinsi kepri hingga april 2018, di kota Batam tercatat sebanyak 755.393 unit kendaraan. Sebanyak 618.226 unit didominasi kendaraan roda dua. Sedangkan roda empat dan seterusnya, terhitung sebanyak 137.167 unit.

Sedangkan untuk kendaraan roda empat dan seterusnya, paling banyak didominasi kendaraan jenis minibus atau mobil keluarga (Avanza, Xenia, Ertiga, dan Sejenisnya) yang mengaspal di kota batam yaitu sebanyak 74.555 unit. Tingkat pembelian minibus paling tinggi terjadi tahun 2015, yaitu sebanyak 7.978 unit. kemudian mengalami penurunan pada 2016 sebanyak 6.770 unit, sama halnya dengan tahun 2017,tingkat pembelian sebanyak 5.884 unit dan jumlah ini terus mengalami penurunan.

Untuk minibus dengan tahun pembuatan 2018, dapat diperkirakan sebanyak 6.000 unit telah mengaspal dijalanan Batam. Jenis kendaraan yang paling banyak dijalanan batam yaitu jenis sedan sebanyak 25.747. hingga sekarang penjualan jenis kendaraan sedan terus mengalami penurunan.

Perubahan semacam ini sangat berefek terhadap bisnis-bisnis bisnis otomotif. Kita tau bahwa dunia otomotif memiliki banyak peminatnya. Banyak

masyarakat yang memiliki ketertarikan di bidang ini, baik itu roda dua maupun roda empat. Oleh karena itu banyak yang berani membuka usaha di bidang otomotif, salah satunya ialah PT. Pionika Automobil. Meskipun banyak peminatnya, namun bukan berarti bahwa bidang ini tidak memiliki kendala dalam berbisnis. Beberapa contoh kendalanya karena banyaknya pesaing dan kurang fasilitas pendukung yang ada di dalam showroom mobil tersebut.

Beberapa contoh fasilitas yang kurang memadai yang penulis amati secara langsung mulai dari kedatangan sampai keluar dari PT. Pionika Automobil diantaranya :

Tabel 1. 1 Data Fasilitas

Fasilitas Utama	Keterangan
Parkiran	Parkiran yang tersedia untuk konsumen sempit.
Ruang Tunggu	Ruang Tunggu yang tersedia juga sempit, dengan meja kecil
Meja Tamu	Meja Tamu hanya tersedia empat meja.
Musholla	Musholla yang tersedia juga sempit hanya muat untuk dua orang.

Sumber : Peneliti, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa parkiran yang tersedia hanya 14 mobil yang tersedia, tentu ini masih kurang karena belum lagi untuk karyawan yang bekerja pada PT Pionika Automobil menggunakan mobil. Dan konsumen yang sedang service bisa mencapai 14 orang sampai 15 orang kedatangan dalam satu hari.

Kemudian fasilitas ruang tunggu yang sempit, dengan meja kecil dimana kursi hanya tersedia 9 kursi. Kemudian hanya tersedia 4 meja tamu bagi calon pembeli. Kemudian fasilitas musholla yang hanya bisa menampung 2 orang.

Tentu kekurangan fasilitas ini sangat berpengaruh terhadap perusahaan, karena fasilitas yang tersedia memberikan kemudahan bagi pengunjung di PT. Pionika Automobil. pernyataan ini didukung oleh (Munawir, 2018) yang menyatakan sistem pelayanan harus didukung kualitas pelayanan dengan fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sehingga jika kualitas pelayanan didukung oleh fasilitas dengan kelengkapan yang memadai supaya memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan tindakan-tindakan yang diberikan oleh perusahaan untuk memuaskan keinginan pelanggan dengan berbagai cara dan strategi dengan harapan supaya pelanggan merasa puas dan selanjutnya mau untuk datang kembali. Kualitas pelayanan diantaranya dapat berupa kesiapan karyawan dalam memberikan bantuan keperluan pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Kualitas pelayanan yang diberikan PT. Pionika Automobil ialah pameran. Pameran ini biasanya dilakukan di Mall Nagoya Hill. Tujuannya adalah untuk mendekatkan diri kepada pelanggan, mulai dari pengenalan produk, promosi harga, dan pelayanan konsultasi soal mobil juga disediakan langsung. pelanggan yang biasanya datang ke kantor langsung untuk konsultasi, sekarang tidak perlu lagi.

Meskipun begitu terdapat kekurangan terhadap kualitas pelayanan yang penulis amati secara langsung pada PT. Pionika Automobil, yaitu :

Tabel 1. 2 Data Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan	Keterangan
Pergantian Sparepart	Sparepart akan diganti meski tidak dikeluhkan pemilik kendaraan.
Tambahan layanan service lain	Montir menyarankan tambahan service lain untuk melihat masalah pada mobil
Pemesanan sparepart terlebih dahulu	Sparepart yang tidak tersedia harus menunggu untuk di pesan terlebih dahulu.
Harga Sparepart	Harga sparepart yang mahal
Masalah pada mobil muncul kembali	Hasil servis yang kurang baik mengakibatkan masalah pada mobil muncul kembali setelah beberapa hari
Muncul masalah lain	Hasil servis yang kurang baik mengakibatkan muncul masalah lain pada bagian lain mobil.
Antrian servis	Antrian servis yang cukup ramai
Service yang lama	Service yang lama memakan banyak waktu

Sumber : Peneliti, 2019

Dari data di atas dapat dijelaskan bahwa misalnya pergantian *sparepart*, awalnya mungkin pemilik kendaraan hanya mengeluhkan kondisi kampas rem, namun montir lalu mengaku menemukan ada sejumlah sparepart lain yang perlu diganti, padahal sebelumnya pemilik kendaraan tidak merasakan tanda-tanda kerusakan. Bisa jadi harus membayar lebih mahal meski sebenarnya tidak perlu.

Kemudian, servis berkala memang penting dilakukan agar mesin motor atau mobil selalu prima. Tetapi, saat servis berkala dilakukan, montir sering menyarankan melakukan tambahan layanan servis lainnya untuk pengecekan pada bagian mobil lainnya alasannya pun beragam, padahal sebelumnya tidak ada keluhan pada bagian lain mobil, tentu pelanggan harus mengeluarkan biaya tambahan yang mungkin saja belum waktunya untuk melakukan servis yang disarankan.

Kemudian *sparepart* yang tidak tersedia harus melakukan pemesanan terlebih dahulu, tentu membutuhkan waktu dan lama waktunya tergantung dari barang apa yang di pesan dan berapa jumlahnya dan lama pengiriman. Ditambah lagi dengan keluhan pelanggan harga *sparepart* yang mahal.

Seringkali munculnya kembali masalah dari hasil service yang mengecewakan disebabkan oleh hasil service yang memang kurang baik. Contoh dari kasus ini sangatlah banyak, semisal montir yang lalai untuk menguras habis oli mobil saat ganti oli. Kelalaian ini menyebabkan oli baru akan segera kotor akibatnya pelanggan akan melakukan pergantian oli lebih cepat dari biasanya. Dan jumlah oli di dalam mesin akan berlebih sehingga tekanan mesin menjadi tidak stabil. Kesalahan montir di atas memperparah keadaan mesin. Hal ini tentu menyebabkan mesin akan semakin panas ketika bekerja. Hasilnya tentu dapat ditebak. Ganti oli bukannya melindungi mesin, namun justru menyebabkan kerusakan mesin yang dimana akan memunculkan masalah lain pada mesin.

Ditambah lagi dengan antrian servis yang ramai, dengan tingkat kedatangan di hari biasa senin sampai jumat mencapai 10-15 mobil. Sedangkan sabtu dan minggu bisa mencapai 15-25. Ditambah lagi dengan servis yang lama juga memakan banyak waktu, dengan waktu servis yang tidak bisa di prediksi tergantung dari pekerjaan setiap mobil yang servis.

Ini akan berdampak terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Seperti yang kita ketahui bahwa pelayanan yang mengalami penurunan, akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan. Pernyataan ini didukung oleh (Assauri, 2018) Pelanggan yang puas tentunya akan membeli kembali dan menceritakan kepada yang lainnya, tentang pengalaman yang baik. Tentu saja pengalaman yang baik akan berdampak baik kepada kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan patokan keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanannya kepada pelanggan. Dengan mengetahui apa yang diharapkan dan diinginkan oleh pelanggan dari kualitas pelayanan yang di berikan, maka perusahaan akan mendapat nilai tambah tersendiri untuk perusahaan. Pelanggan akan lebih sering datang, dan lebih percaya terhadap pelayanan yang kita berikan selama belum ada pelayanan yang lebih tinggi di berikan oleh pesaing.

Tentu saja pernyataan ini didukung oleh (Sholeha, 2018) yang menyatakan pelanggan yang puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka cenderung menjadi loyal dan setia untuk terus menggunakan pelayanan perusahaan tersebut. Sementara pelanggan yang kurang puas atau tidak puas sama sekali, maka memiliki kecenderungan untuk

pindah kepada perusahaan lain yang sejenis, yang mampu memberikan jasa dengan kualitas yang lebih baik. Ketidakpuasan pelanggan akan membentuk persepsi yang negatif terhadap perusahaan dan pelayanan dilakukan oleh perusahaan (Munawir, 2018).

Hal ini dapat dibuktikan dari data yang diperoleh dari PT Pionika Automobil, yang menunjukkan jumlah pelanggan yang datang mengalami penurunan.

Tabel 1. 3 Data Incoming Unit Aftersales 2018

Bulan		UI/Bulan	Total/Triwulan
Jan - Mar	Januari	736	2387
	Februari	799	
	Maret	852	
Apr - Jun	April	853	2641
	Mei	890	
	Juni	898	
Jul - Sep	Juli	929	2643
	Agustus	899	
	September	815	
Okt - Des	Oktober	833	2564
	November	873	
	Desember	858	

Sumber : PT Pionika Automobil, 2019

Dari data diatas dapat di jelaskan bahwa bulan Juli, kedatangan mencapai jumlah 929 unit, dan pada bulan Agustus mengalami penurunan, dengan jumlah kedatangan 899 Unit, kemudian pada bulan September mengalami penurunan kembali dengan jumlah kedatangan 815 Unit. jumlah kedatangan pelanggan dari bulan Juli, Agustus sampai September mengalami penurunan yang drastis, dengan total kedatangan pada kuartal ke tiga pada tahun 2018 berjumlah 2643 Unit.

Kemudian jika dilihat dari per triwulan Juli - September sampai dengan Oktober – Desember mengalami penurunan. Dapat dilihat dari Jul – Sep 2643 unit, sedangkan periode Okt – Des 2564.

Menurut penulis penurunan yang terjadi pada perusahaan tersebut disebabkan tidak adanya peningkatan pada fasilitas serta kualitas pelayanan yang kurang baik sehingga setiap bulannya mengalami penurunan.

Dari penjabaran permasalahan diatas penulis tertarik untuk lebih memperjelas lagi topik pembahasan karya ilmiah ini. penulis tertarik membahas tentang fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang ada di perusahaan PT Pionika Automobil. Sehubungan dengan itu penulis memilih judul dalam penulisan karya ilmiah dengan judul sebagai berikut :

“PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PIONIKA AUTOMOBIL“

1.2 Identifikasi Masalah

Dari penjabaran pemasalahan pada latar belakang di atas, peneliti menemukan beberapa permasalahan yang ada di dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Fasilitas yang diberikan PT Pionika Automobil sangat minim sekali.
2. Kurangnya kualitas pelayanan yang disediakan oleh PT Pionika Automobil.
3. Minimnya fasilitas dan kurangnya kualitas pelayanan yang di berikan PT Pionika Automobil membuat harapan pelanggan belum terpenuhi.

1.3 Batasan Masalah

Dikarenakan luasnya permasalahan pada penelitian ini, dan keterbatasan waktu dan kemampuan peneliti, maka peneliti membatasi pemasalahan pada penelitian ini dengan hanya melihat pada permasalahan pada fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang pada perusahaan PT Pionika Automobil.

1.4 Perumusan Masalah

Sesuai dengan penjabaran indentifikasi masalah yang ada di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan pada penelitian ini, sebagai berikut :

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pionika Automobil?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pionika Automobil?
3. Apakah fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pionika Automobil?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan penjabaran pada perumusan masalah yang ada diatas, maka peneliti menerapkan tujuan dari penelitian ini ialah sebagai beriku :

1. Untuk mengetahui pengaruh dari fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan PT Pionika Automobil.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan PT Pionika Automobil.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan PT Pionika Automobil.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Toeritis

Peneliti berharap penelitian ini memberikan beberapa manfaat, baik dalam bidang ilmu pengetahuan dan juga wawasan khususnya dalam bidang pemasaran yang berhubungan dengan fasilitas, kualitas pelayanan dan juga kepuasan pelanggan.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Peneliti berharap dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan, dengan mengetahui bahwa apakah benar benar ada pengaruh jika fasilitas dan kualitas pelayanan ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dan juga dapat menambah ilmu tentang pemasaran berdasarkan teori teori terbaru dari penelitian ini.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Peneliti berharap dari penelitian ini, dapat menambah referensi yang sangat bermanfaat bagi perpustakaan yang ada di universitas putera batam.

3. Bagi Perusahaan

Peneliti berharap dari penelitian ini, dapat memberikan gambaran, bahan pertimbangan, serta solusi untuk perusahaan saat ingin mengambil keputusan dimasa mendatang untuk meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanan supaya mencapai kepuasan pelanggan yang maksimal.

4. Bagi Peneliti Lanjut

Peneliti berharap dari penelitian ini, dapat mengembangkan variabel - variabel yang telah ada supaya menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas bagi peneliti-peneliti lainnya.