

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kota Batam terus mengalami perkembangan sejak terbentuknya kotamadya administratif Batam pada tanggal 24 Desember 1983. Data kependudukan kota Batam per 31 Desember 2015 berjumlah 1.188.985 jiwa, hal ini menjadikan kota Batam dengan pertumbuhan penduduk terpesat di Indonesia. Pertumbuhan ekonomi Batam turut meningkat rata-rata 7% lebih besar dari pertumbuhan ekonomi nasional. Pesatnya pertumbuhan perekonomian di Batam, juga diikuti oleh pertumbuhan perusahaan jasa. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Kota Batam, pada tahun 2015 menunjukkan bahwa sektor perdagangan, hotel, restoran dan jasa terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini terlihat dari jumlah pekerjaanya yang selalu meningkat dari tahun ke tahun dimana sektor usaha jasa pada tahun 2014 sebesar 46.274 jiwa dan meningkat menjadi 62.995 jiwa pada tahun 2015 (Sumber: Batamkota.bps.co.id).

Pesatnya pertumbuhan sektor jasa di kota Batam, akan berdampak pada ketatnya persaingan untuk mendapatkan pelanggan. Semua perusahaan jasa terus berusaha memberikan pelayanan terbaiknya untuk menarik pelanggan yang lebih banyak. Penyedia jasa sangat memahami bahwa pelanggan membutuhkan pelayanan yang baik, sehingga memuaskan pelanggan merupakan suatu keharusan bagi perusahaan.

Persaingan untuk mendapatkan pelanggan semakin ketat juga menyebabkan aktifitas promosi saja dirasa belum maksimal untuk memperbanyak pelanggan agar bisa mencapai *profit* yang diharapkan. Dalam strategi marketing ada dua macam strategi, yakni strategi mencari pelanggan baru, dan strategi mempertahankan pelanggan yang sudah ada (*customer retention*). Kedua strategi tersebut dapat dilaksanakan secara bersama, tetapi strategi mempertahankan pelanggan (*customer retention*) selayaknya mendapatkan perhatian yang lebih besar bagi perusahaan karena biaya mencari pelanggan baru jauh lebih besar dari pada biaya mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Pemilihan perusahaan PT Patam Mulya Jaya di Batam sebagai objek penelitian didasarkan karena eksistensi perusahaan ini dianggap terancam ditengah ramainya *aplikasi* dan *website online* dengan sistem *self service* yang terus bermunculan sehingga mempermudah konsumen untuk mengakses dan melakukan transaksi pembelian tiket pesawat secara mudah, dengan waktu dan harga yang fleksibel, hal ini tentu juga akan sangat mempengaruhi berapa banyak pelanggan yang akan tetap bertahan menggunakan jasa dari perusahaan tersebut.

Menjamurnya perusahaan jasa di kota Batam khususnya dibidang agen travel menyebabkan PT Patam Mulya Jaya yang sejak tahun 2012 sudah menjalankan usaha travel dan kargonya di Batam harus bekerja keras untuk memberikan kualitas pelayanan yang mumpuni agar bisa mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Namun secara teknis kualitas pelayanan untuk mencapai keunggulan yang bersaing dirasa belum sepenuhnya dijalankan dengan baik oleh perusahaan tersebut, seperti kurang cepatnya respon pelayanan dari para

stafnya ataupun kemutakhiran sarana fisik yang disajikan kepada pelanggan untuk memudahkan proses pengaksesan informasi seputar jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan sebelum penelitian ini, selain terkait kualitas pelayanan yang telah dijabarkan diatas, juga terdapat komplain dari beberapa pelanggan tentang lokasi dari PT Patam Mulya Jaya di Batam yakni lokasi dari perusahaan ini dianggap sulit diakses karena terhalangi oleh beberapa rumah penduduk yang ada disekitar perusahaan. Selain itu tempat parkir yang menunjang untuk menjaga keamanan dan kenyamanan kendaraan pelanggan baik roda dua maupun roda empat pada saat bertransaksi dengan perusahaan dirasa masih kurang memadai. Hal ini juga akan mempengaruhi penurunan dari retensi pelanggan, karena faktor lokasi juga akan menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih sebuah produk yang akan dibelinya. Akibatnya perusahaan sulit untuk mendapatkan pelanggan baru yang kemudian bisa menciptakan pembelian ulang, bahwa mayoritas konsumen akan memutuskan untuk kembali melakukan pembelian apabila perusahaan tersebut bisa memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan konsumen (Syaqirah, 2014: 380).

Permasalahan yang menjadi dasar dalam penelitian ini adalah terjadinya penurunan jumlah pelanggan yang datang untuk bertransaksi dengan PT Patam Mulya Jaya selama tahun 2016. Data penjualan yang diperoleh PT Patam Mulya Jaya jumlah pelanggan yang datang selama tahun 2016 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Perkembangan Pelanggan PT Patam Mulya Jaya Tahun 2016

No	Bulan	Jumlah Pelanggan yang Datang	Jumlah Tiket yang Terjual
1	Januari	130	213
2	Februari	110	168
3	Maret	100	148
4	April	112	132
5	Mei	120	190
6	Juni	141	230
7	Juli	81	110
8	Agustus	73	108
9	September	72	102
10	Oktober	68	93
11	November	65	81
12	Desember	71	110

Sumber: PT Patam Mulya Jaya 2016

Tabel 1.1 di atas dapat dikatakan terjadi penurunan pelanggan yang datang dan penurunan yang signifikan terjadi pada bulan Juni ke Juli, ini bisa menjadi identifikasi adanya permasalahan penurunan keterikatan pelanggan yang bertahan (*Customer Retention*) pada PT Patam Mulya Jaya di Batam. Penyebab penurunan dari jumlah pelanggan yang datang karena kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan dan lokasi yang penjualan yang disediakan perusahaan sehingga menjadi penyebab pelanggan baru tidak kembali untuk melakukan pembelian ulang, agar kiranya perusahaan di bidang jasa travel dan kargo tersebut dapat terus mempertahankan eksistensinya dan dapat terus berkembang maka sangat diperlukan adanya pengkajian yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap *customer retention* (mempertahankan pelanggan). Berdasarkan uraian beberapa permasalahan tersebut di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap *Customer Retention* pada PT Patam Mulya Jaya di Batam”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Pesatnya perkembangan perusahaan pada sektor jasa di kota Batam, menyebabkan persaingan jasa travel agent di Batam semakin ketat.
2. Munculnya aplikasi dan *website* pemesanan tiket online yang *self service* sehingga lebih memudahkan konsumen untuk mengakses dan melakukan transaksi pembelian dengan waktu dan harga yang lebih fleksibel dinilai sebagai ancaman bagi eksistensi perusahaan.
3. Respon karyawan dianggap kurang untuk melayani konsumen dengan cepat.
4. Sarana dan prasarana untuk mengakses informasi seputar jasa yang ditawarkan dirasa kurang mumpuni untuk menghasilkan keunggulan yang bersaing.
5. Akses menuju lokasi perusahaan yang masih terhalangi oleh beberapa rumah penduduk yang ada disekitar perusahaan.
6. Kurang memadainya tempat parkir untuk kendaraan pelanggan yang sedang bertransaksi dengan perusahaan.
7. Perusahaan sulit mendapatkan pelanggan baru yang kemudian bisa menciptakan pembelian ulang.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dalam penelitian ini fokus meneliti tentang variabel Kualitas Pelayanan, Lokasi dan *Customer Retention* pada PT Patam Mulya Jaya di Batam dan dilakukan pada konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian pada perusahaan tersebut.

1.4 Rumusan Masalah

Dengan mengetahui batasan masalah yang diangkat dari identifikasi masalah tersebut di atas, maka peneliti menetapkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap *customer retention* pada PT Patam Mulya Jaya di Batam?
2. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap *customer retention* pada PT Patam Mulya Jaya di Batam?
3. Apakah kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap *customer retention* pada PT Patam Mulya Jaya di Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang dikemukakan di atas, tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menelaah pengaruh kualitas pelayanan terhadap *customer retention* pada PT Patam Mulya Jaya di Batam.
2. Untuk menelaah pengaruh lokasi penjualan terhadap *customer retention* pada PT Patam Mulya Jaya di Batam.
3. Untuk menelaah kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap *customer retention* pada PT Patam Mulya Jaya di Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis, yaitu sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Praktis

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman peneliti dalam penerapan ilmu manajemen pemasaran, khususnya tentang bagaimana kualitas pelayanan yang baik dan bagaimana lokasi penjualan yang tepat untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada (*Customer Retention*) pada perusahaan jasa yang sudah memiliki pelanggan tetap.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi implikasi manajerial dalam rangka menilai sejauh mana kualitas pelayanan yang sudah diberikan oleh PT Patam Mulya Jaya di Batam kepada pelanggannya dan apakah lokasi penjualan juga menentukan retensi pelanggan pada perusahaan tersebut, sehingga profitabilitas perusahaan bisa semakin meningkat karena kedua faktor itu bisa dikelola dengan optimal.

1.6.2 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi khasanah pengetahuan di Universitas Putera Batam dan dapat dikembangkan lagi untuk memperkuat teori yang sudah ada.
2. Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi sumber informasi bagi pihak-pihak selanjutnya yang membutuhkan atau ingin menggunakan materi penelitian ini sebagai bahan referensi ataupun perbandingan dalam kepustakaan.