

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam Aryani dan Rosinta, 2010:114 Saat ini, iklim kompetisi dalam dunia perdagangan semakin terasa. Di sisi lain perubahan lingkungan yang demikian pesat semakin mendukung kompetisi yang sedang terjadi saat ini. Menurut Dick dan Basu (1994), salah satu tujuan utama aktivitas pemasaran seringkali dilihat dari pencapaian loyalitas pelanggan melalui strategi pemasaran (Siregar, 2004). Loyalitas pelanggan merupakan bagian terpenting pada pengulangan pembelian pada pelanggan (Caruana, 2002).

Persaingan bisnis yang semakin ketat pada masa kini membuat perusahaan harus lebih memikirkan kualitas dari produk yang akan ditawarkan. Kualitas produk menjadi hal penting dalam perusahaan karena perhatian pada kualitas produk semakin meningkat selama beberapa tahun belakangan ini. Hal ini terjadi karena keluhan konsumen semakin lama semakin terpusat pada kualitas yang buruk dari produk baik pada bahan maupun pekerjaannya (Andreas, 2016:2).

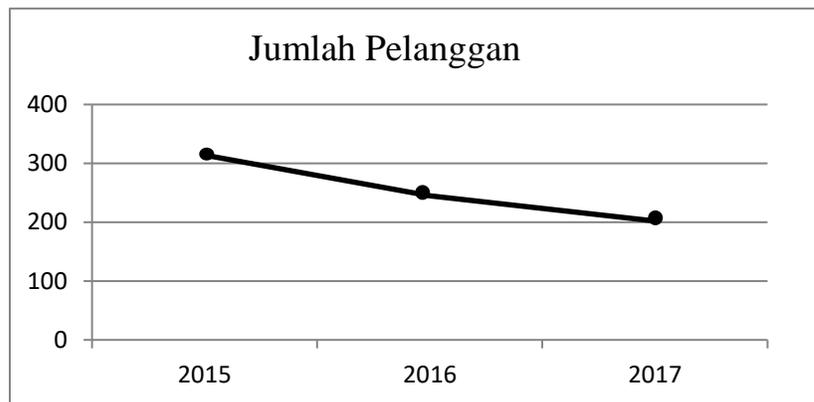
Semua pelanggan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda di dalam hal menerima layanan jasa. Tingkat kepuasan yang berbeda ini merupakan indikator untuk mengukur tingkat kualitas pelayanan yang mereka terima. Salah satu cara

untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen adalah berusaha mendengarkan dan mengetahui dimana letak permasalahan pelanggan tentang layanan yang diberikan perusahaan.

Kanaan *Service* merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang jasa pelayanan *Service AC (Air Conditioner)*. Pelayanan yang disediakan oleh Kanaan *Service* berupa pemasangan, perbaikan dan perawatan AC . Untuk layanan cuci AC pihak penyedia jasa menganjurkan pelanggan untuk melakukan perawatan AC (cuci AC) secara berkala yaitu cuci AC 3 bulan sekali. Tujuan perawatan AC adalah untuk menjaga udara yang dihasilkan AC bersih dan segar. Pada pelayanan ini Pihak Kanaan *Service* selalu menganjurkan kepada pelanggan untuk melakukan cuci AC secara rutin yaitu satu kali selama tiga bulan. Tetapi pada kenyataannya sering dijumpai pelanggan tidak memperhatikan perawatan rutin tersebut meskipun pihak perusahaan sering menginformasikan sudah waktunya untuk melakukan perawatan AC.

Kanaan *Service* beroperasi tahun 2015 hingga saat ini. Strategi pertama yang dilakukan Kanaan *Service* dalam mendapatkan pelanggan adalah penyebaran brosur dan pemberian promosi seperti harga diskon sehingga Kanaan *Service* mendapatkan pelanggan sebanyak 310 pelanggan. Untuk menambah jumlah pelanggan ditahun 2016 Kanaan *Service* melakukan strategi yang sama, tetapi jumlah pelanggan yang menggunakan jasa Kanaan *Service* mengalami penurunan yang hanya memiliki 250 pelanggan. Begitu juga dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 pelanggan Kanaan *Service* sebanyak 209 pelanggan.

Dari penjelasan di atas dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 Kanaan *Service* mengalami penurunan jumlah pelanggan. Berikut grafik jumlah pelanggan dari tahun 2015:



Gambar 1.1 Grafik Data Pelanggan Kanaan *Service*.

Untuk mengetahui kekurangan dan kesalahan jasa yang ditawarkan, maka peneliti mengidentifikasi terhadap 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu *Tangible*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance*, dan *Empaty*.

Peneliti juga melihat adanya beberapa kesenjangan antara kinerja perusahaan dan harapan pelanggan. Dengan adanya kesenjangan ini memungkinkan adanya rasa ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan. Maka dari itu penulis melakukan penelitian yang berjudul “ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL* DAN IPA DI KANAAN *SERVICE*”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1. Jumlah pelanggan Kanaan *Service* mengalami penurunan.
2. Diperlukan analisis faktor-faktor untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa *Service AC*.
3. Kepuasan pelanggan Kanaan *Service* belum optimal jika dilihat data dari tahun 2015 sampai 2017

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Atribut-atribut kualitas pelayanan apa sajakah yang harus diperhatikan pihak Kanaan *Service* untuk menjadi fokus perbaikan?
2. Apa yang menjadi harapan pelanggan terhadap layanan *Service AC* yang diberikan Kanaan *Service*?

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hanya melakukan analisis terjadinya penurunan jumlah pelanggan.
2. Dalam penelitian ini, pelayanan yang dilakukan hanya berfokus pada pelanggan yang menggunakan tipe AC *Split*.
3. Data yang digunakan berasal dari data kuesioner.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis atribut-atribut yang perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Menganalisis tingkat harapan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh Kanaan *Service* dalam memberi pelayanan.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian adalah sebagai berikut:

A. Untuk perusahaan:

1. Sebagai pertimbangan bagi pihak yang mengelolah perusahaan dalam rangka peningkatan kinerja dan mengetahui apa saja harapan pelanggan untuk meningkatkan mutu pelayanan.
2. Sebagai evaluasi penerapan kebijakan terhadap pengembangan mutu pelayanan yang diberikan.

B. Untuk penulis:

1. Dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta mengaplikasikannya untuk mengatasi masalah dalam pelayanan jasa.