

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini persaingan bisnis dapat terjadi dalam bidang bisnis apa saja. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan secara maksimal, sudah menjadi hal yang biasa jika terjadi persaingan antar perusahaan didalam memasarkan produk atau jasa. Sehingga perusahaan pun berlomba-lomba menciptakan ide kreatif dan inovatif dalam mengembangkan perusahaan hingga dapat memenangkan persaingan dalam dunia usahanya. Seiring dengan ide tersebut konsep pemasaran pun bisa berkembang. Maka dari itu perusahaan pun dituntut dapat menerapkan strategi ataupun konsep pemasaran dalam menghadapi persaingan didunia bisnis ini dan perusahaan dapat difokuskan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Salah satu elemen yang sangat penting dalam aktifitas pemberian informasi kepada masyarakat yaitu pelayanan. Karena pelayanan didalam bidang jasa merupakan hal yang paling utama yang mutlak menjadi perhatian perusahaan. Orientasi pelayanan bukan hanya sekedar memberikan kepuasan kepada pelanggan, dan melayani pelanggan. Kesempurnaan dan keberhasilan pelayanan bisnis dalam bidang jasa menjadi hal yang sangat penting yang perlu diperhatikan. Karena kegagalan pelayanan tidak mudah dihilangkan oleh perusahaan. Perusahaan harus memiliki kemampuan melakukan sesuatu yang benar pada waktu pertama kali atau kesan yang pertama.

Kegiatan memasarkan suatu produk, harga, tempat, dan jasa dengan tampilan fisik suatu perusahaan kepada pelanggan (promosi) dipengaruhi oleh interaksi dari ketujuh hal atau biasa disebut dengan *marketing mix*. *Marketing mix* adalah kombinasi dari tujuh variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran dalam perusahaan yang dikenal dengan konsep 7P yaitu, produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*), orang (*people*), proses (*process*), dan tampilan fisik (*physical evidence*). Masing-masing variabel tersebut saling berkaitan satu sama lain untuk menciptakan suatu permintaan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.

Persaingan bisnis antar bengkel (*Workshop*) begitu banyak dan tipe servis yang ditawarkan pun beragam. Diantaranya persaingan dari segi pelayanan integrasi, pemulihan layanan (*service recovery*), dan potongan harga (*price discount*). Pelayanan membutuhkan dukungan internal dari semua pihak karena hal itu berkaitan dengan tuntutan pelanggan yang menghendaki produk atau jasa yang dipakainya berkualitas serta masalah yang timbul dapat diselesaikan dengan cara cepat dan optimal. Oleh karena itu melakukan pelayanan terintegrasi dengan memanfaatkan yang diberikan perusahaan untuk menghubungkan rangkaian proses yang ada di antara unit-unit departemen perusahaan, bertujuan membangun hubungan pelanggan yang kuat dengan menunjukkan cara perusahaan untuk membantu pelanggan menyelesaikan masalahnya, sehingga dapat memberikan kepuasan pelayanan kepada pelanggan. Kegagalan layanan dapat terjadi karena banyak alasan, misalnya ketika jasa yang ditawarkan tidak tersedia sesuai dengan yang dijanjikan, ketika

jasa disampaikan terjadi keterlambatan ataupun terlalu lama, dan hasil (jasa) mungkin saja tidak benar (sesuai) atau dilakukan dengan tidak benar, atau pihak perusahaan tersebut melayani dengan kasar dan tidak peduli. Untuk itu perusahaan harus bisa dengan cepat dan tepat memperbaiki layanan tersebut dengan baik agar pelanggan tidak kecewa.

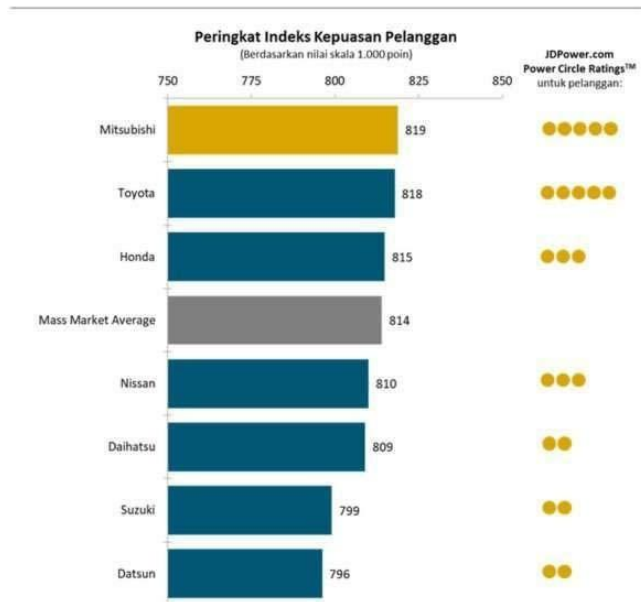
Pemulihan layanan atau yang lebih dikenal dengan *service recovery* salah satu produk dalam bidang jasa, pemulihan layanan (*service recovery*) adalah tindakan yang diambil perusahaan ketika mengalami kegagalan pelayanan. Pemulihan layanan (*service recovery*) berpengaruh sangat penting bagi perusahaan meskipun demikian masih banyak perusahaan yang tidak melakukan hal tersebut. Padahal pemulihan layanan (*service recovery*) memiliki dampak sangat besar mulai dari respon langsung pelanggan sampai membentuk kesetiaan pelanggan. Pemulihan pelayanan (*service recovery*) yang efektif adalah serangkaian prosedur yang dapat memecahkan permasalahan dan menangani pelanggan yang kecewa dan merupakan tindakan oleh perusahaan ketika mengalami kegagalan dalam pelayanan. Prosedur tersebut sangat penting dimiliki perusahaan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Potongan harga (*price discount*) merupakan promosi penjualan yang paling banyak digunakan untuk produk dan jasa. Potongan harga (*price discount*) yaitu strategi promosi penjualan yang berbasis harga, dimana pelanggan diberikan harga yang berkurang. Efek dari potongan harga (*price discount*) berpengaruh juga dengan kepuasan pelanggan karena harga yang murah terkadang merupakan salah satu tujuan utama dari pelanggan.

PT. Indomobil Trada Nasional yaitu Bengkel (*Workshop*) Nissan Datsun Cabang Yasmin Bogor salah satu yang membuka pelayanan jasa servis kepada pelanggan merek Nissan dan Datsun. Bengkel (*Workshop*) Nissan Datsun Yasmin Bogor menyediakan pelayanan jasa servis untuk kendaraan mobil baik berupa servis berkala atau perbaikan kendaraan dengan harga dan kualitas pelayanan yang sesuai. Pelayanan yang disediakan oleh bengkel (*workshop*) Nissan Datsun Yasmin Bogor diantaranya ruang tunggu yang nyaman dengan mushola dan toilet, ruang bermain anak-anak (*kids corner*), ketanggapan layanan keluhan yang ramah dan profesional, memberikan layanan secara tuntas dan menyeluruh, menggunakan peralatan dan perlengkapan yang sesuai dengan standar, menjual sparepart asli Nissan dan Datsun dan ditambah lagi dengan pemberian diskon untuk servis berkala.

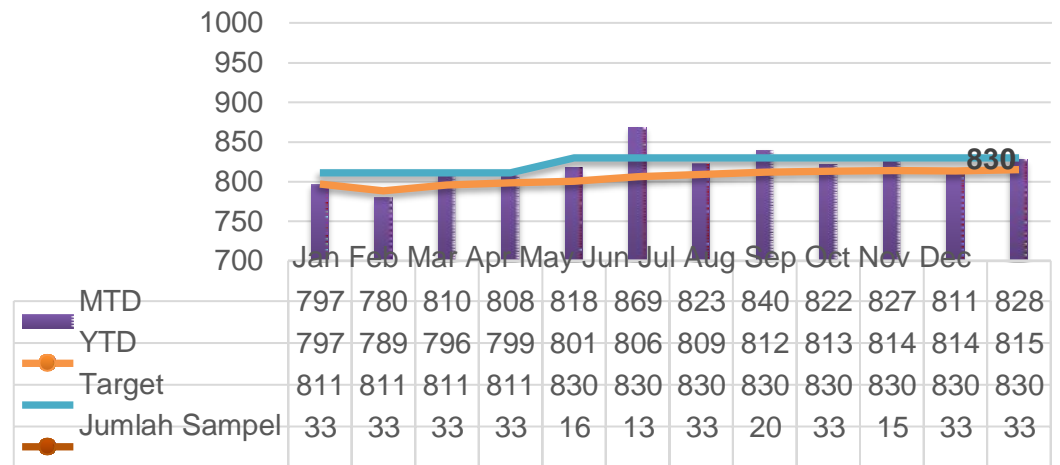
Kepuasan pelanggan terhadap layanan purna jual ternyata jadi perhatian penting di industri otomotif. Salah satu bengkel (*workshop*) seharusnya menyediakan pengalaman pelanggan yang berbeda dan unik, sehingga mampu meningkatkan bisnis dan mendapat rekomendasi untuk lebih memastikan hal tersebut peneliti melakukan survey mengenai kepuasan pelanggan adalah J.D. Power adalah perusahaan layanan informasi pemasaran global yang berbasis di Amerika yang didirikan pada tahun 1968 oleh James David Power III. Perusahaan ini dikenal karena penelitian terhadap kepuasan pelanggan. Berikut adalah salah satu survey yang dilakukan oleh J.D Power mengenai peringkat indeks kepuasan pelanggan.

J.D. Power
2019 Indonesia Customer Service Index (Mass Market) StudySM



Gambar 1
Peringkat Indeks Kepuasan Pelanggan 2019
Sumber: J.D Power 2019

Dari data gambar 1 di atas, dapat dilihat tingkat kepuasan pelanggan yang diberikan oleh brand mobil masing-masing. Salah satu brand yang terdapat pada diagram di atas adalah Nissan dan Datsun. Berdasarkan data di atas Nissan di bawah rata-rata dari kepuasan pelanggan dan Datsun peringkat di urutan paling bawah. Hal tersebut memberikan dampak negatif secara langsung maupun tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan. Berikut tabel *Customer Service Index* per tahun 2019.



Gambar 2
*Customer Service Index (CSI) Workshop Nissan Datsun
 Yasmin Bogor
 Tahun 2019*
 Sumber: Admin CRO

Berdasarkan gambar 2 di atas, menjelaskan *Customer Service Index Workshop Nissan Datsun Yasmin Bogor* menunjukkan penilaian terhadap kepuasan pelanggan selalu berubah. Dapat dilihat bulan Februari adalah persentase terendah atas Kepuasan Pelayanan Pelanggan yaitu *Month To Date* (MTD) “780” dibandingkan dengan target “811”, dapat dikatakan penurunan kepuasan pelayanan dan terjadinya GAP. Sedangkan dibulan Juni dan Agustus pada *Month To Date* (MTD) “869 dan 840” pencapaian angka melebihi target yang ditentukan. Dapat dikatakan untuk bulan Juni dan Agustus pelanggan yang melakukan servis mengalami kepuasan atas kualitas pelayanan di *Workshop Nissan Datsun Yasmin Bogor*. Setiap kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Workshop Nissan Datsun Yasmin Bogor* kepada pelanggan masih memiliki kekurangan, sehingga pelanggan kurang puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Workshop Nissan Datsun Yasmin Bogor*

sehingga menimbulkan komplain dari pelanggan. Maka dari itu *Workshop* Nissan Datsun Yasmin Bogor dapat melakukan tindakan untuk menanggulangi berbagai kritik dari pelanggan yang tidak merasa puas dengan pelayanannya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Pelayanan Terintegrasi, *Service Recovery* Dan *Price Discount* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di *Workshop* PT. Indomobil Trada Nasional Nissan Datsun Yasmin Bogor**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis menyusun identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kepuasan pelayanan servis *Workshop* Nissan Datsun Yasmin Bogor belum optimal masih berubah-ubah setiap bulannya.
2. Kualitas pelayanan servis *Workshop* Nissan Datsun Yasmin Bogor masih kurang baik sehingga menimbulkan komplain dari pelanggan.
3. Permasalahan pada mobil pelanggan sering tidak terselesaikan atau masalah yang dihadapi timbul lagi setelah servis sehingga menurunkan tingkat kepuasan pelanggan.
4. Pengerjaan servis tidak selesai tepat waktu yang dijanjikan sebelumnya.

C. Batasan Masalah

Batasan penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu mengarah kepada dua konsep indikator pelayanan terintegrasi menurut Nugroho (2011), yaitu menyediakan informasi yang akurat, tepat waktu, serta relevan

terhadap semua komponen dan menciptakan nilai-nilai yang mempengaruhi tingkat pengulangan pembelian produk atau jasa. Indikator *service recovery* menurut Tjiptono (2014), yaitu respon, tindakan, informasi dan kompensasi. Indikator *price discount* menurut Astuti (2011), yaitu kemenarikan program potongan harga, ketepatan program potongan harga dalam mempengaruhi untuk membeli, dan frekuensi program potongan harga. Sedangkan indikator untuk kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2014), yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah ada pengaruh pelayanan terintegrasi terhadap kepuasan pelanggan di *Workshop* Nissan Datsun Yasmin Bogor?
2. Apakah ada pengaruh *service recovery* terhadap kepuasan pelanggan di *Workshop* Nissan Datsun Yasmin Bogor?
3. Apakah ada pengaruh *price discount* terhadap kepuasan pelanggan di *Workshop* Nissan Datsun Yasmin Bogor?
4. Apakah ada pengaruh pelayanan terintegrasi, *service recovery*, dan *price discount* terhadap kepuasan pelanggan di *Workshop* Nissan Datsun Yasmin Bogor?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terintegrasi terhadap kepuasan pelanggan di *Workshop* Nissan Datsun Yasmin Bogor.
2. Untuk mengetahui pengaruh *service recovery* terhadap kepuasan pelanggan di *Workshop* Nissan Datsun Yasmin Bogor.
3. Untuk mengetahui pengaruh *price discount* terhadap kepuasan pelanggan di *Workshop* Nissan Datsun Yasmin Bogor.
4. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terintegrasi, *service recovery* dan *price discount* terhadap kepuasan pelanggan di *Workshop* Nissan Datsun Yasmin Bogor.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan referensi literature bagi peneliti lain yang melakukan penelitian ataupun pengembangan hipotesis yang serupa.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan menambah pengetahuan bagi peneliti selanjutnya, khususnya “analisis pengaruh pelayanan terintegrasi *service recovery* dan *price discount* terhadap kepuasan pelanggan.”

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu evaluasi kepada *Workshop* Nissan Datsun Yasmin Bogor, khususnya pelayanan terintegrasi, *service recovery* dan *price discount*, Sehingga dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam penentuan kebijakan perusahaan yang akan datang.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan untuk menyajikan secara garis besar isi dari setiap bab yang diharapkan agar memperoleh gambaran umum dari materi yang akan dibahas dari keseluruhan isi. Untuk mempermudah pembahasan dari permasalahan yang ada, maka sistematika pembahasan dalam penelitian skripsi ini disusun menjadi lima bab yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan pengantar menuju penelitian yang di dalamnya mengandung latar belakang masalah penelitian, identifikasi masalah penelitian, batasan masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian yang akan menentukan arah pembahasan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam studi pustaka akan dijelaskan landasan teori yang dipergunakan untuk mempertanggungjawabkan mengenai dasar

teoritik yang dijadikan dasar penelitian. Selain landasan teori, pada bab ini juga dijabarkan penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah yang diteliti dan hipotesis yang digunakan sebagai dugaan sementara atas masalah-masalah yang diteliti.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi uraian tentang lokasi dan waktu penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, instrument penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang data atau fakta lapangan untuk selanjutnya dianalisis dengan teknik-teknik statistik sekaligus untuk menjawab secara pasti permasalahan yang dikemukakan pada bab-bab sebelumnya.

BAB IV : PENUTUP

Pada bab ini akan dijabarkan tentang kesimpulan dari hasil pembahasan dan analisis data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya serta saran-saran untuk menunjang penelitian berikutnya.