

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini persaingan di dunia perdagangan semakin dinamis. Dan hal itu mendorong banyaknya bermunculan perusahaan, baik itu bergerak di bidang jasa ataupun barang. Para pelaku usaha berlomba-lomba berupaya memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen sehingga para produsen dapat memastikan bahwa pelanggan (*customer*) nya tetap loyal meski terjadi perubahan. Selera konsumen dan perubahan yang terjadi di lingkungan sekitar turut andil di dalamnya.

Para pengusaha harus jeli memanfaatkan peluang bisnis yang ada, mengidentifikasi kebutuhan individu untuk mendapatkan dan menggunakan barang maupun jasa di dalam proses keputusan pembelian konsumen. Produk-produk yang dihasilkan perusahaan sangat beragam. Perusahaan tentu saja ingin mempertahankan eksistensi kinerjanya untuk dapat mencapai tingkat pertumbuhan yang diinginkan. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup dalam persaingan usaha yang semakin ketat dan untuk mengembangkan usahanya.

Dengan banyaknya pelaku bisnis, membuat pelaku usaha wajib menerapkan strategi pemasaran yang inovatif agar dapat bersaing dan mampu melangsungkan bisnisnya dengan mempertahankan konsumen sehingga konsumen tetap loyal terhadap produk yang ditawarkan. Dengan meningkatnya kuantitas produk dan

pelaku bisnis di pasar, maka tingkat persaingan semakin meningkat tajam dari tahun ke tahun.

Pendapatan laba yang maksimal dilakukan melalui penguasaan pangsa pasar dengan strategi pemasaran dan pelayanan. Salah satu produk yang dibutuhkan oleh sebagian besar konsumen adalah bahan bakar, karena bahan bakar merupakan salah satu bentuk energi yang cukup mendasar bagi manusia. Seiring dengan kemajuan teknologi, bahan bakar menjadi kebutuhan primer yang sangat diperlukan manusia dalam menunjang segala aktivitasnya.

Bahan bakar digunakan untuk kebutuhan sehari-hari seperti transportasi pada umumnya. Transportasi di Indonesia sudah sangat berkembang baik transportasi darat, laut dan udara. Transportasi darat sendiri sudah berkembang dan menjadi kebutuhan vital, dapat dilihat dari jumlah pengendara kendaraan pribadi yang terus meningkat terutama kendaraan roda dua atau sepeda motor (Tabel 1) Akibatnya, kebutuhan akan bahan bakar terus meningkat.

**Tabel 1**  
**Perkembangan Jumlah Unit Kendaraan Menurut Jenis Tahun 2018-2020**

<b>Tahun</b>	<b>Mobil</b>	<b>Bis</b>	<b>Truk</b>	<b>Sepeda Motor</b>	<b>Jumlah</b>
2018	14.830.698	222.872	233.261	106.657.952	126.508.776
2019	15.592.419	231.569	5.021.888	112.771.136	133.617.012
2020	15.797.746	233.261	5.083.405	115.023.039	136.137.451

Sumber : BPS - Kantor Kepolisian Republik Indonesia

Di Indonesia, salah satu perusahaan yang memproduksi serta menyediakan bahan bakar adalah PT Pertamina (Persero). Pertamina terus mengembangkan standar pelayanan baru guna memastikan konsumen mendapatkan pelayanan yang

terbaik. SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum) merupakan pihak swasta yang bekerja sama sebagai sarana untuk menyalurkan produk-produk yang dihasilkan oleh Pertamina.

Dalam proses peningkatan pelayanan dan fasilitas SPBU Pertamina secara menyeluruh sangat tidak mudah, mengingat banyaknya jumlah SPBU di Indonesia. SPBU selalu memberikan inovasi *brand image*, salah satunya adalah SPBU Pertamina PASTI PAS! SPBU Pertamina PASTI PAS! adalah SPBU yang telah tersertifikasi dapat memberikan pelayanan terbaik yang memenuhi standar. PASTI PAS! memberikan jaminan kualitas dan kuantitas BBM, pelayanan yang ramah, lokasi strategis dan fasilitas yang nyaman untuk mencapai kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategi untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak kepuasan pelanggan. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Tujuan utama pelayanan SPBU adalah tercapainya kepuasan pelanggan yang ditandai dengan berkurangnya keluhan (*complain*) dari pelanggan.

Peranan kualitas pelayanan terhadap pelanggan dalam suatu kegiatan bisnis sangat penting dan berpengaruh terhadap kepuasan pembelian. Kepuasan yang dirasakan konsumen sangat mendukung pencapaian tujuan perusahaan. SPBU dituntut untuk bersaing, tidak hanya dalam aspek produk tetapi banyak hal yang perlu diperhatikan, diantaranya kualitas yang baik terhadap kepuasan konsumen.

Kesejahteraan penduduk yang terus meningkat di iringi dengan tingginya jumlah kendaraan, terlebih banyak perusahaan *furniture* yang melakukan pengiriman barang dengan menggunakan *container* dan truk dan Transportasi umum sehingga kebutuhan akan BBM sangatlah tinggi. Sehingga SPBU di Bogor berlomba-lomba untuk menggaet konsumen sebanyak-banyaknya. Banyaknya SPBU mengakibatkan persaingan untuk memberikan pelayanan guna tercapainya kepuasan pelanggan.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa juga harus pandai dalam memilih lokasi yang strategis dan aman. Dalam pemilihan lokasi SPBU terdapat beberapa kriteria yang dapat memberikan kepuasan konsumen, Kriteria tersebut antara lain kepadatan lalu lintas pada jalan tersebut, jumlah penduduk, jumlah SPBU pada persekitaran jalan tersebut, jumlah industri dan lain-lain.

Pada SPBU 34.16704 terdapat fasilitas berupa minimarket, mushola, toilet, pos pengisian air radiator dan pompa angin. Kemudian terdapat 10 pos pengisian bahan bakar yang terdiri dari *pertalite*, *pertamax*, *pertamax turbo*, *pertamina dex*, *dexlite* dan bio solar.

Bertambahnya jumlah SPBU mengakibatkan pembelian pada SPBU 34.26704 mengalami penurunan. Berikut data yang diperoleh mengenai laporan keuangan pada 2 tahun terakhir (Tabel 2).

**Tabel 2**  
**Laporan Keuangan SPBU 34.16704 Periode 2020 – 2021**

No.	Bulan	Laba Bersih	
		Tahun	
		2020	2021
1.	Januari	Rp 18.132.669.009	Rp 24.968.296.341
2.	Februari	Rp 19.691.826.878	Rp 22.024.536.454
3.	Maret	Rp 19.616.080.656	Rp 19.294.157.857
4.	April	Rp 17.492.392.222	Rp 18.794.234.464
5.	Mei	Rp 21.032.232.988	Rp 16.849.230.561
6.	Juni	Rp 23.291.378.238	Rp 19.856.945.988
7.	Juli	Rp 20.993.115.676	Rp 20.491.188.091
8.	Agustus	Rp 25.631.062.239	Rp 18.908.319.124
9.	September	Rp 23.151.749.125	Rp 21.212.138.009
10.	Oktober	Rp 21.380.604.345	Rp 22.062.703.344
11.	November	Rp 24.503.603.443	Rp 21.594.399.487
12.	Desember	Rp 23.482.474.331	Rp 19.625.272.432
Total		Rp 258.399.189.150	Rp. 245.681.422.152

Sumber: SPBU 34.16704 Rest area KM .38 Tol Jagorawi

Berdasarkan tabel 2 terlihat bahwa terjadi penurunan jumlah laba bersih SPBU tersebut. Pada tahun 2021 laba bersih yang dimiliki SPBU lebih rendah dari pada tahun sebelumnya, 2020. Yaitu pada tahun 2020 jumlah laba bersih dari SPBU adalah sebesar Rp. 258.399.189.150 kemudian menurun drastis pada tahun 2021 yaitu sebesar Rp. 245.681.422.152.

Berkurangnya laba bersih pada SPBU 34.16704 dapat terjadi karena pelanggan merasakan ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas yang

disediakan sehingga menyebabkan turunnya kepuasan pelanggan dan pada akhirnya menyebabkan pelanggan tidak melakukan pembelian ulang.

Untuk melihat bagaimana kondisi sebenarnya mengenai kepuasan pelanggan di SPBU 34.16704 Tol Jagorawi dilakukan pra-survey dengan menyebarkan kuisisioner sementara, yang terdiri dari indikator mengenai kepuasan pelanggan kepada 30 pelanggan. Berdasarkan penyebaran kuisisioner tersebut di peroleh data pada tabel 3:

**Tabel 3**

**Kuesioner Pra-Survey Mengenai Kepuasan Pelanggan di SPBU**

No	Pernyataan	Jawaban (%)		Jumlah Pelanggan	Target dalam %
		Ya	Tidak		
1	Jumlah takaran sesuai dengan yang di harapkan	63,3	36,7	30	100
2	Puas dengan kualitas pelayanan yang di berikan karyawan	40	60	30	100
3	Lokasi SPBU strategis	46,6	53,4	30	100
4	Kelengkapan fasilitas	43,3	56,7	30	100
5	Keinginan untuk berkunjung kembali	43,3	56,7	30	100
6	Kesediaan untuk merekomendasikan	36,6	63,4	30	100

Sumber: Hasil olah data sementara (2022)

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa kondisi kepuasan pelanggan di SPBU secara keseluruhan belum sesuai dengan yang diharapkan hal ini dapat dilihat banyaknya pelanggan yang memberikan kecenderungan jawaban tidak. Berdasarkan data tersebut, dapat terlihat bila pelanggan di SPBU merasa kesesuaian harapan dalam jumlah takaran bukan satu-satunya faktor yang dapat memberikan

kepuasan bagi pelanggan, selain itu juga masih banyak pelanggan yang tidak puas terhadap kualitas pelayanan, lokasi dan juga kelengkapan fasilitas. Sehingga kurang optimal untuk pelanggan memiliki keinginan untuk berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan SPBU tersebut.

Untuk dapat tetap bertahan, pihak SPBU juga harus dapat menganalisis keluhan-keluhan dari pelanggan dan memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada untuk meningkatkan kepuasan konsumennya.

Dibawah ini merupakan data banyaknya keluhan ketidakpuasan konsumen SPBU 34.16704 dilihat dari kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan.

**Tabel 4**  
**Data Jumlah Keluhan Konsumen SPBU 34.16704**  
**Pada Tahun 2020-2021**

Tahun	Jumlah Pelanggan yang Menyampaikan Keluhan					
	Jenis Keluhan					
	Takaran		Pelayanan		Kebersihan	
2020	7	22,5%	16	51,6%	8	25,9%
2021	21	25,6%	44	53,6%	17	20,8%

Sumber: SPBU 34.16704 (diolah)

Penyampaian keluhan pelanggan dilakukan dengan mengisi form Keluhan Pelanggan atau melalui nomor telpon seluler pemilik SPBU yang tersedia di SPBU 34.16704. Keluhan pelanggan segera ditindak lanjuti oleh pihak SPBU setelah dilakukannya pengaduan. Kategori keluhan terbagi menjadi 3 jenis, yaitu; takaran, pelayanan dan kebersihan.

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa pada tahun 2020 maupun 2021 keluhan konsumen terbanyak terjadi pada keluhan jenis pelayanan, yaitu 51,6% pada tahun 2020 dan 53,6% pada tahun 2021. Kemudian keluhan jenis takaran pada tahun 2020 adalah sebesar 22,5% dan pada tahun 2021 adalah 25,6%. Dan yang terakhir, keluhan jenis kebersihan pada tahun 2020 adalah sebesar 25,9% dan tahun berikutnya sebesar 20,8%.

Untuk dapat mempertahankan pelanggan, pihak SPBU harus melakukan evaluasi terhadap keluhan yang diberikan oleh konsumen. Sehingga ketidakpuasan konsumen dapat dikurangi.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka dilakukan penelitian untuk menganalisis sejauh mana kualitas pelayanan, dan fasilitas mempengaruhi kepuasan pelanggan pada SPBU 34.16704 Hal tersebut menjadi latar belakang dalam melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan di SPBU 34.16704 (Study di SPBU 34.16704 KM 38 Tol Jagorawi)”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Terjadinya antrian pembelian yang panjang yang disebabkan pelayanan yang lambat.
2. Masih kurang nyamannya konsumen terhadap operator yang kurang sigap dan ramah terhadap pelayanan yang diberikan.



3. Terdapat pencurian yang mengakibatkan timbulnya rasa kurang aman dan nyaman.
4. Penataan jalur lalu lintas SPBU yang kurang efisien yang dapat menyebabkan kemacetan.
5. Kebersihan Fasilitas yang kurang di perhatikan.
6. Penerapan fasilitas dan kualitas pelayanan yang belum sesuai dengan yang di harapkan.
7. Tingkat yang kurang optimal berpengaruh terhadap penurunan pelanggan yang masih cenderung menurun tiap bulannya.
8. Banyaknya persepsi risiko di benak konsumen terhadap ketidaksesuaian kuantitas dan kualitas takaran.
9. Tingkat minat berkunjung kembali yang kurang optimal berpengaruh terhadap penurunan pelanggan yang masih cenderung menurun tiap bulannya.

### **C. Batasan Masalah**

Peneliti memilih objek penelitian kali ini adalah Pelanggan SPBU 34.16704 KM 38 Tol Jagorawi, permasalahan yang terjadi dalam hal ini yaitu kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Kepuasan pelanggan merupakan Bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (Kotler, 2017:64). Banyak faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan seperti: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya (Lupiyoadi 2013:158). Peneliti memilih kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas sebagai variabel bebas.

#### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas bahwa SPBU 34.16704 mengalami penurunan pada laba bersih per tahun. Pada tahun 2020 laba bersih perusahaan adalah sebesar Rp. 844.369.250 dan menjadi Rp. 630.681.417 pada tahun 2021. Kemudian keluhan pelanggan mengalami peningkatan yaitu 35 pada tahun 2020 dan 125 pada tahun 2021. Oleh karena itu perusahaan perlu menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas pelayanan dan fasilitas agar diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga juga dapat meningkatkan laba bersih perusahaan.

Mengetahui faktor-faktor tersebut akan memudahkan perusahaan dalam mengambil langkah-langkah keputusan strategi pemasaran yang akan dilakukan guna meningkatkan penjualan di SPBU 34.16704, sehingga tujuan perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas tercapai.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah variable lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah variabel fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan?

### **E. Tujuan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini di harapkan dapat menentukan arah penelitian dan dapat di prediksi tindakan apa yang akan dilakukan, sehingga hambatan yang mungkin timbul dapat di kurangi. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka peneliti menetapkan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor lokasi terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas pelayanan, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

### **F. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, kegunaan penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi SPBU 34.16704, penelitian ini dapat digunakan untuk membantu menentukan strategi pemasaran.
2. Bagi pihak akademis, penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan bukti empiris yang diharapkan dapat menambah pengetahuan cakrawala berpikir.
3. Bagi peneliti, penelitian ini dapat digunakan untuk menambah khazanah keilmuan serta pengalaman dalam menganalisis permasalahan di bidang pemasaran.

## **G. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang cukup jelas tentang penelitian ini maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi mengenai informasi materi serta hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini. Adapun sistematika penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab pertama merupakan bab pendahuluan yang mengemukakan latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Bab kedua membahas mengenai uraian konsep tentang strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan omzet penjualan. Selain itu pada bagian ini juga disajikan penelitian-penelitian yang sudah dilakukan di masa lalu.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ketiga menguraikan metode penelitian yang membahas variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis yang digunakan.

### **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab keempat akan memfokuskan pada penyajian pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab kelima akan menyajikan kesimpulan dari peneliti, yang merupakan jawaban singkat terhadap permasalahan serta saran saran.