

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan dalam pendidikan, perubahan sosial budaya masyarakat, perekonomian yang lebih maju, serta berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, maka kesadaran masyarakat akan unsur-unsur pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan semakin meningkat. Hal ini menyebabkan konsumen memiliki sikap cenderung memilih pelayanan yang berkualitas sehingga akan menciptakan persaingan industri yang semakin kompetitif. Oleh karena itu perusahaan perlu memberikan kepuasan terhadap para konsumen agar tetap menggunakan jasa yang diberikan oleh perusahaan. Setiap konsumen tentunya selalu ingin mendapatkan kualitas pelayanan yang terbaik. Oleh karena itu suatu perusahaan harus dapat memuaskan konsumennya dan selalu berupaya mengetahui apa yang menjadi keinginan dan harapan para konsumen.

Dalam kondisi persaingan yang ketat tersebut, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan jasa penyewaan mobil adalah kepuasan pelanggan/penumpang agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Perusahaan harus memahami hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh para pelanggan dan berusaha untuk menghasilkan pelayanan Jogja Jogja Trans. Dalam kondisi seperti ini tidak banyak perusahaan yang tetap dapat menjalankan usahanya. Hanya

perusahaan dengan produk dan jasa yang berkualitaslah yang akan memenangkan persaingan dan mempertahankan posisinya di pasar. Salah satu faktor yang dapat mendorong tercapainya *Total Quality Service* adalah kualitas layanan (*Quality Service*) yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 2012).

Dalam berusaha untuk meraih kepuasan pelanggan dengan cara mempertahankan kualitas pelayanan. Karena keputusan pengguna jasa sangat tergantung pada pelayanan yang diberikan pada perusahaan, maka pelanggan/penumpang sangat berharap akan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan benar-benar dapat memuaskan mereka, dengan meningkatkan profesionalisme kerja karyawan, memberikan kemudahan dalam proses mendapatkan pelayanan yang cepat, memberikan jaminan tentang produk jasa sesuai dengan yang ditawarkan (misalnya jaminan asuransi), dan menjalin hubungan baik antara penyedia jasa dan pelanggan. Dengan demikian maka dalam suatu perusahaan mempunyai peranan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Bagi pemakai jasa, peranan kualitas pelayanan merupakan suatu atribut yang penting karena atribut ini menjadi kriteria evaluasi dalam memilih produsen. Kualitas pelayanan jasa adalah keseluruhan ciri khas sifat barang/jasa yang berpengaruh pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara pelayanan yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga kekuasaan umum. Kalau kualitas pelayanan dibawah harapan, pelanggan akan kecewa. Kalau kualitas pelayanan sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Kalau kualitas pelayanan melebihi harapan, pelanggan sangat puas, senang dan gembira.

Didalam memberikan jasa pelayanan yang baik kepada pelanggan terdapat lima kriteria penentu kualitas jasa pelayanan, antara lain : kehandalan, ketanggapan, keyakinan, empati, dan berwujud yang nantinya akan memberikan acuan utama dalam penelitian ini. Untuk mengukur sejauh mana pengaruh dan hubungan kualitas pelayanan dalam meraih kepuasan pelanggan/penumpang dalam suatu perusahaan perjalanan.

Suatu perusahaan pada umumnya menginginkan untuk selalu dapat mempertahankan para pelanggannya. Dalam mewujudkan hal tersebut tidaklah mudah didalam iklim persaingan usaha yang begitu ketat saat ini. Mengingat adanya perubahan- perubahan yang begitu cepat yang dapat terjadi seperti perubahan dari masing- masing individu pelanggan, pesaing, dan juga kondisi secara luas yang selalu dinamis. Hal ini seharusnya para pengambil kebijakan segera manantukan strategi yang dapat meningkat jumlah pelanggan agar dapat menambah profit perusahaan.

Lewis (2012), menyatakan “*Service quality* (kualitas layanan) adalah ukuran seberapa baik suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan. Penyelenggaraan kualitas layanan berarti melakukan kompromi dengan harapan pelanggan dengan tata cara yang konsisten.” Peningkatan kualitas layanan akan berdampak pada kepuasan konsumen yang menjadi keunggulan sebuah usaha dagang dalam mempertahankan serta meningkatkan pelanggannya. Serta dapat mengetahui seberapa puas pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan agar dapat menentukan strategi yang tepat dalam meningkatkan kualitas layanan.

Metode *Servqual* (Fandy Tjiptono, 2005) merupakan suatu metode untuk mengukur tingkat persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang mereka rasakan dan mereka harapkan. Dalam upaya membangun konsepsi seputar kualitas pelayanan, Parasuraman, Zeithaml,(2012), menyatakan: Dalam membandingkan antara harapan dan kinerja tercipta kesenjangan (*Discrepancies*) yang disebut dengan GAP. Terdapat lima GAP yang berhubungan dengan masalah kualitas pelayanan. GAP 1 adalah persepsi manajemen, GAP 2 adalah

spesifikasi kualitas pelayanan, Gap 3 adalah GAP penyelenggaraan pelayanan, Gap 4 adalah komunikasi eksternal dan GAP 5 adalah *expected service*.

Importance Performance Analysis (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martile (2002) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja. IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

Berdasarkan latar belakang diatas yang mendorong penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode *Servqual* (*Service Quality*) untuk mengukur dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Berdasarkan pemikiran diatas, maka dilakukan penelitian dengan mengambil judul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Pelanggan Dengan Menggunakan Pendekatan Metode *Service Quality* (*Servqual*) Importance Performance Analysis (IPA) ”.

Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang telah dijabarkan di atas maka dapat dirumuskan masalah-masalah sebagai berikut :

Berapa tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan para pelanggan di perusahaan Jogja Jogja Trans?

Atribut – atribut apa saja yang perlu dikembangkan dan diperbaiki agar kualitas pelayanan terhadap pelanggan dapat ditingkatkan?

Batasan Masalah

Tujuan dari batasan masalah adalah untuk menghindari penelitian yang terlalu luas dan untuk memberikan arah yang lebih baik serta memudahkan dalam penyelesaian masalah sesuai dengan tujuan yang ingin di capai, maka perlu adanya pembatasan masalah. Batasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian dilakukan di jogja jogja trans.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data hasil survey kuisioner yang dibagikan kepada responden di Jogja Jogja Trans.

Penyebaran kuisioner di berikan kepada responden yang datang di jogja jogja trans.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

Mengetahui tingkat kualitas pelayanan terhadap perusahaan.

Mengetahui prioritas utama dalam perbaikan kualitas pelayanan Jogja Jogja Trans.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah

Bagi mahasiswa, penelitian ini akan menambah pengetahuan yang dapat dipakai sebagai sarana untuk menerapkan teori yang telah diperoleh lewat bangku kuliah.

Memahami dan mengerti lebih jauh mengenai penggunaan metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* (IPA) dalam menganalisis kebutuhan pelanggan.

Bagi perusahaan, penelitian ini dapat dijadikan suatu masukan berupa sumbangan pemikiran yang mungkin bermanfaat dalam membantu mengevaluasi pelaksanaan kegiatan pemasaran, serta dapat digunakan sebagai alat bantu perancangan strategi pemasaran di masa mendatang. Tentu saja manfaat ini tidak akan dapat dengan sendirinya, perusahaan harus terlebih dahulu melakukan tindakan perbaikan terhadap aspek-aspek yang masih memiliki kekurangan dan harus dipertahankan segala aspek yang sudah baik, jika hal itu dapat terlaksana maka dapat dipastikan perusahaan dapat tetap “*survive*” untuk melangsungkan bisnisnya.

Sistematika penulisan

Penelitian ini dituangkan dalam suatu Karya Tulis ilmiah agar lebih sistematis dan dimengerti oleh pembaca. Sistematika penulisan karya tulis ilmiah adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan secara singkat mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

BAB II KAJIAN LITERATUR

Berisi tentang konsep dan prinsip dasar yang di perlukan untuk memecahkan masalah penelitian. Di samping itu juga memuat uraian tetang hasil penelitian yang pernah di lakukan sebelumnya oleh peneliti lain yang ada hubungannya dengan penelitian yang sedang di lakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Mengandung uraian tentang kerangka dan bagan alir penelitian, teknik yang di lakukan, model yang di pakai, pembangunan dan pengembangan model, bahan atau materi, alat, tata cara penelitian dan data yang akan di kaji serta cara analisis yang akan di pakai.

BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

Pada sub bab ini berisi tentang data yang di peroleh selama penelitian dan bagaimana menganalisa data tersebut. Hasil pengolahan data di tampilkan baik dalam bentuk tabel maupun grafik. Yang di maksud dengan pengolahan data juga termasuk analisis yang di lakukan terhadap hasil yang di peroleh. Pada sub bab ini merupakan acuan untuk pembahasan hasil yang akan di tulis pada sub bab V yaitu pembahasan hasil

BAB V PEMBAHASAN

Melakukan pembahasan hasil yang di peroleh dalam penelitian, dan kesesuaian hasil dengan tujuan penelitian sehingga dapat menghasilkan sebuah rekomendasi.

BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berisi tentang kesimpulan terhadap analisis yang di buat dan rekomendasi atau saran-saran atas hasil yang di capai dan permasalahan yang di temukan selama penelitian, sehingga perlu di lakukan rekomendasi untuk di kaji pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN**Daftar Tabel****Daftar Gambar**