

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan bisnis dan usaha pada era globalisasi dewasa ini semakin pesat. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mempunyai keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan bersaing dengan pesaing usaha lain. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan menerapkan konsep pemasaran modern yaitu berorientasi pasar atau konsumen karena merupakan ujung tombak keberhasilan usaha.

Seiring dengan perkembangan dunia otomotif, bisnis usaha bengkel usaha mobil menjadi salah satu usaha yang menjanjikan. Muncul banyak bengkel yang tersebar di setiap tempat memberikan pelayanan *service* kendaraan, baik bengkel resmi maupun tidak. Keberadaan bengkel resmi dan tidak inilah yang memunculkan sebuah persaingan bisnis yang ketat karena antar bengkel ingin mendapatkan konsumen yang sebanyak-banyaknya agar mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Maka dari itu, keunggulan bengkel sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan yang diberikan, hal ini dapat diidentifikasi melalui kepuasan konsumennya.

PT. Grand Racing merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pelayanan pemeliharaan kendaraan bermotor roda empat (mobil). Jasa pelayanan di PT. Grand Racing tersebut adalah jasa pelayanan perawatan dan perbaikan kendaraan didukung juga penyediaan *sparepart*.

Tabel 1.1. Daftar Pelayanan di PT. Grand Racing

No.	Pelayanan
1.	Jasa perbaikan dan perawatan mesin
2.	Jasa <i>spooring/balancing</i>
3.	Perbaikan dan perawatan <i>Air Conditioner (AC)</i>
4.	Pelayanan sistem suspensi
5.	Pelayanan salon atau cuci
6.	Pelayanan <i>sparepart</i>

Sumber : Data PT. Grand Racing Yogyakarta

Dalam pemenuhannya, PT. Grand Racing bekerja sama dengan dealer pemegang *merk* dan toko *sparepart*. Pengukuran dan identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen sangat penting dilakukan untuk mengidentifikasi kepuasan konsumen yang diukur dari kualitas pelayanan jasa yang dirasakan. Metode kualitas jasa merupakan salah satu metode yang paling dikenal yang digunakan untuk mengukur kualitas dalam industri jasa. Kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Grand Racing mendapat berbagai macam persepsi dari konsumen. Konsumen yang telah menggunakan jasa perbaikan mobil tersebut tentu beragam persepsinya. Perusahaan harus mempunyai komitmen untuk meningkatkan kualitas jasa yang diberikan untuk memuaskan konsumen secara terus-menerus. Kepuasan konsumen menjadi sangat penting karena konsumen yang tidak puas terhadap pelayanan jasa yang didapatkannya cenderung akan mencari penyedia layanan jasa lain yang mampu memuaskan kebutuhannya. PT. Grand Racing telah memberikan jasa pelayanan yang baik, diantaranya pelayanan antar jemput jika kendaraan dalam keadaan rusak berat.

Dalam pelayanannya, perusahaan telah memberikan garansi pasca perbaikan kendaraannya, kemudian pemeriksaan setelah proses-proses *service* kendaraan, yakni pemeriksaan pemasangan *sparepart*, perbaikan mesin, bahkan pergantian mesin atau komponen berat lainnya. Masalah yang berkaitan dengan pelayanan pemeriksaan tersebut adalah pada saat pemeriksaan setelah perbaikan oleh mekanik yang kerap kurang teliti dalam proses perbaikan sehingga menuai protes pelanggan. Maka dari itu, kerap terjadi perbaikan ulang pada kendaraan pelanggan. Permasalahan yang berkaitan dengan pelayanan lainnya yaitu pada bagian administrasi, dimana kasir kerap melakukan kesalahan saat proses transaksi. Sehingga dilakukan pelatihan karyawan agar tidak terjadi hal-hal yang menghambat proses pelayanan. Kemudian dalam kualitas pelayanan yang lain, permasalahannya ada pada bagian solusi yang diberikan oleh karyawan terhadap keluhan pelanggan. Pelanggan merasa solusi tersebut tidak dapat menyelesaikan masalah yang terkait dengan kendaraannya sehingga terjadi perdebatan yang mengakibatkan proses pelayanan lambat dan menyebabkan pelanggan menunggu hingga terjadi antrian. Selama terjadi antrian, seringkali karyawan membeirikan

pelanggan menunggu terlalu lama sehingga menuai protes, sehingga menyebabkan pelanggan kecewa dan tidak jadi menggunakan jasa *service* kendaraan di PT. Grand Racing. Hal-hal tersebut yang menjadikan konsumen tidak puas dengan pelayanannya sehingga menyebabkan profit perusahaan menurun. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, menarik untuk dilakukan penelitian tentang “Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Service Quality* dan Model *Kano* Pada PT. Grand Racing Yogyakarta”.

1.2. Rumusan Masalah

Terdapat rumusan masalah pada proposal tugas akhir ini yang dikaitkan dengan latar belakang penulisan, yaitu :

1. Apakah pelayanan yang telah diberikan PT. Grand Racing telah sesuai dengan harapan konsumen?
2. Atribut apa yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan?

1.3. Tujuan

Penulisan tugas akhir ini tentunya disusun agar memenuhi tujuan, beberapa tujuannya yaitu :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan PT. Grand Racing telah atau belum sesuai harapan konsumen.
2. Untuk mengetahui atribut yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan.

1.4. Batasan Masalah

Perlu diketahui dalam penulisan proposal tugas akhir ini, terdapat batasan-batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di PT. Grand Racing Yogyakarta.
2. Responden dipilih dari konsumen yang telah memanfaatkan pelayanan jasa di PT. Grand Racing minimal dua kali.
3. Peneliti membatasi permasalahan pada kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.
4. Perhitungan dilakukan dengan Metode *Service Quality* dan Model *Kano*.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian dalam tugas akhir mempunyai manfaat bagi pembaca, maupun perusahaan, diantaranya yaitu:

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk bahan masukan dan pertimbangan bagi manajemen bengkel dalam menentukan kebijakan strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan konsumen.
2. Bahan masukan untuk menyempurnakan pelayanan jasa bengkel, sehingga kualitas pelayanan dapat lebih ditingkatkan.

1.6. Metode Penelitian

Di dalam pelaksanaan penelitian ini digunakan beberapa metode, yaitu metode studi pustaka untuk mendapatkan teori dasar yang mendukung penelitian serta mengumpulkan data-data untuk pembahasan permasalahan.

1.7. Sistematika Penulisan

Penyusunan penulisan proposal tugas akhir ini dideskripsikan dalam beberapa bagian atau bab, dengan disesuaikan pada tata cara sistematika penulisan karya ilmiah yang baku, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama ini, dijelaskan tentang latar belakang, ruang lingkup masalah, tujuan penulisan, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab kedua ini menjelaskan tentang teori dasar kualitas pelayanan, kualitas jasa, karakteristik jasa, pengertian pemasaran, konsep kepuasan konsumen, pengertian metode *Service Quality* dan model *Kano*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ketiga ini, menjelaskan mengenai rancangan penelitian, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, metode analisis data dan *flow chart* langkah analisis data.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab keempat ini, menjelaskan mengenai sejarah singkat perusahaan, melakukan pengumpulan data, dan pengolahan data.

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pada bab kelima ini, menjelaskan tentang analisa pembahasan.

BAB VI PENUTUP

Pada bab keenam ini, menjelaskan tentang kesimpulan dan saran