

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis otomotif di Indonesia pada era globalisasi saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pesatnya perkembangan bisnis mengakibatkan persaingan bisnis juga menjadi semakin ketat. Sehingga ketatnya persaingan menuntut para pelaku bisnis harus bisa memaksimalkan kinerja perusahaan yang dimiliki secara optimal. Fenomena persaingan yang terus terjadi dalam era saat ini mengakibatkan sistem perekonomian di Indonesia mengarah kearah mekanisme pasar yang memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut pangsa pasar yang ada. Oleh karena itu, inovasi atau ide-ide terbaru dalam dunia bisnis akan terus menerus terjadi agar tujuan-tujuan perusahaan bisa tercapai dan menjadi perusahaan terbaik diantara para kompetitor yang ada.

Perusahaan yang ada di Indonesia umumnya bergerak dibidang jasa dan manufaktur. Semua jenis produk yang dihasilkan perusahaan-perusahaan tidak terlepas dari unsur layanan. Oleh sebab itu, perusahaan harus memberikan perhatian lebih terhadap kepuasan para pelanggannya melalui layanan yang baik. Untuk memenangkan persaingan bisnis, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya secara maksimal. Disaat ini perusahaan tidak bisa lagi hanya sekedar mengejar keuntungan saja. Apabila perusahaan hanya mengejar keuntungan semata tanpa dilandasi orientasi kepada pelanggannya, maka tujuan perusahaan untuk tetap kompetitif dibidangnya sangat berat untuk dicapai, terlebih perusahaan itu bergerak dibidang jasa.

“Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya” (Fandy Tjiptono, 2012:312). Melakukan pengukuran kepuasan pelanggan merupakan langkah atau cara yang penting untuk dilakukan dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efektif, dan lebih efisien. Pelanggan memang harus merasa puas atas pelayanan yang diterima secara langsung maupun tidak langsung, jika pelanggan tidak merasa puas atas

pelayanan yang diberikan maka bisa menyebabkan pelanggan tersebut akan merasa kecewa bahkan bisa berpindah menjadi pelanggan pada perusahaan pesaingnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu persepsi seorang pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Dengan kata lain kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila sebuah produk atau jasa bisa memenuhi atau melampaui harapan seorang pelanggan. Oleh karena itu perusahaan pada saat ini wajib menyadari tentang pentingnya arti pelanggan untuk perusahaan.

Hasil pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dapat menunjukkan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang membuat pelanggan merasa puas atau tidak puas. Dengan melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan bertujuan untuk sesegera mungkin perusahaan mengetahui faktor-faktor yang membuat para pelanggan merasa tidak puas, yang kemudian sesegera mungkin juga untuk diperbaiki agar kedepannya para pelanggan tidak lagi merasa kecewa dengan produk atau jasa yang diterima. Dalam memberikan pelayanan, perusahaan setidaknya harus memenuhi 5 aspek dalam kualitas pelayanan. Menurut Fandy Tjiptono (2012:174) 5 aspek dalam kualitas pelayanan itu adalah reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

Kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kinerja individu masing-masing karyawan. Penilaian dari kinerja karyawan juga tidak dapat disepelakan begitu saja. Penilaian kinerja karyawan adalah sebuah proses penilaian hasil kerja seorang karyawan dengan standar penilaian yang berlaku dalam suatu perusahaan. Penilaian kinerja karyawan yang dilakukan secara teratur bertujuan untuk sebagai jaminan akan kualitas kerja karyawan dalam sebuah perusahaan demi mencapai tujuan perusahaan yang sudah ditetapkan atau ditentukan. Penilaian kinerja karyawan ini harus dilakukan secara objektif dan tepat agar hasil yang diperoleh bisa akurat sesuai dengan kondisi kinerja karyawan perusahaan pada saat itu.

Karyawan memiliki peranan dan kontribusi sangat penting untuk mewujudkan keberhasilan pada sebuah perusahaan, terutama perusahaan

tersebut bergerak dibidang jasa. Karyawan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi seorang pelanggan, karena karyawan termasuk pada bagian dari jasa itu sendiri. Sehingga bagi pelanggan, karyawan mempunyai fungsi peranan sebagai komunikator sekaligus wakil dari citra perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu kinerja karyawan yang ditunjukkan melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dapat menentukan baik buruknya citra perusahaan dimata para pelanggannya. Dengan begitu perusahaan dapat mengevaluasi kualitas pelayanan dan kinerja para karyawannya.

Strategi yang bisa menunjang keberhasilan perusahaan dalam bisnis jasa adalah mampu memberikan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang tinggi yang didukung oleh kinerja karyawan yang baik, sehingga menciptakan satu kesatuan yang harmonis dalam memuaskan para pelanggan-pelanggannya. Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang rumit ataupun sulit, namun jika kurang diberikan perhatian yang baik maka bisa menimbulkan masalah-masalah yang sangat penting dalam keberlangsungan operasional perusahaan. Dalam sistem pelayanan yang baik juga perlu didukung dengan kualitas pelayanan yang baik, fasilitas yang memadai, dan kinerja karyawan yang sesuai dengan standar dan prosedur pada masing-masing bagian. Dengan begitu tujuan daripada pelayanan adalah memberikan rasa puas terhadap para pelanggan, sehingga akan memberikan dampak baik untuk perusahaan seperti menghasilkan nilai tambah atau citra positif untuk perusahaan.

Auto2000 merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak dibidang otomotif. Auto2000 adalah jaringan jasa penjualan, perawatan, perbaikan, dan penyediaan suku cadang kendaraan Toyota yang berdiri sejak tahun 1975 dengan nama awal Astra Motor Sales. Kemudian pada tahun 1989 berubah nama menjadi Auto2000 dengan manajemen yang sudah ditangani sepenuhnya oleh PT. Astra International Tbk. Saat ini Auto2000 adalah *retailer* Toyota terbesar di Indonesia, yang menguasai sekitar 42% dari total penjualan Toyota. Dalam aktivitas bisnisnya, Auto2000 berhubungan dengan PT. Toyota Astra Motor (TAM) sebagai Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Toyota, yang menjadikan Auto2000 salah satu *founder* dealer resmi Toyota bersama dengan 4 dealer resmi lainnya seperti PT. New Ratna Motor (Toyota Masmoco), PT.

Agung Automall (Agung Toyota), PT. Hasjrat Abadi, dan PT. Hadji Kalla (Kalla Toyota).

Auto2000 pada saat ini sudah memiliki sekitar 124 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia kecuali di Sulawesi, Maluku, Irian Jaya, Jambi, Riau, Bengkulu, Jawa Tengah, dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satunya outlet Auto2000 cabang Karawang Jawa Barat. Kedepannya jumlah jaringan Auto2000 pun akan terus bertambah seiring dengan pertumbuhan bisnis, serta untuk memenuhi kebutuhan seluruh pelanggan dan memberi kemudahan kepada calon pembeli Toyota. Auto2000 berkembang pesat karena memberikan berbagai layanan yang sangat memudahkan bagi calon pembeli maupun pengguna Toyota. Dengan slogan “Urusan Toyota jadi mudah!” Auto2000 selalu mencoba menjadi yang terdepan dalam pelayanan. Produk-produk Auto2000 yang inovatif seperti THS (*Toyota Home Service*), *Express Maintenance* (servis berkala hanya satu jam) dan *Express Body Paint* (perbaikan bodi kendaraan 3 panel hanya dalam 8 jam saja), dan *Booking Service* mencerminkan perhatian Auto2000 yang tinggi kepada pelanggannya. Auto2000 sendiri mempunyai suatu motivasi untuk selalu mengoptimalkan kepuasan pelanggannya dengan memberikan inovasi terbaik pada program-program pelayanan Auto2000 dan jaminan perawatan mobil salah satunya yang diterapkan di bengkel Auto2000 Karawang.

Bengkel Auto2000 berkembang pesat karena mampu memberikan berbagai pelayanan yang sangat baik untuk para pelanggannya. Adanya produk inovatif yang dimiliki bengkel Auto2000 seperti THS (*Toyota Home Service*) dan *Booking Service* sebagai bukti bahwa bengkel Auto2000 sangat memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada para pelanggannya sesuai yang dibutuhkan. Hal itu dilakukan karena bengkel Auto2000 memiliki komitmen dalam memberikan kepuasan dari awal pelanggan berhubungan dengan bengkel Auto2000. Dengan selalu berprinsip pada slogan Auto2000, bengkel Auto2000 menjadikan bengkel kendaraan Toyota di Karawang yang terdepan diantara para pesaingnya yang ada di daerah Karawang sekitarnya dalam hal pelayanan dan kualitas jasa. Bengkel Auto2000 Karawang memiliki jumlah pelanggan yang tergolong sangat tinggi. Jumlah pelanggan bengkel

Auto2000 Karawang pada periode bulan Januari sampai Oktober 2018 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan Auto2000 Karawang Januari – Oktober 2018

No.	Bulan	Jumlah Pelanggan
1	Januari	2.706
2	Februari	2.205
3	Maret	2.439
4	April	2.371
5	Mei	2.827
6	Juni	2.507
7	Juli	2.686
8	Agustus	2.383
9	September	2.319
10	Oktober	2.631
Total Pelanggan		25.074

Sumber: Laporan Bulanan PSFU Auto2000 Karawang 2018

Menurut data di atas, jumlah pelanggan bengkel Auto2000 tiap bulannya mengalami kenaikan dan penurunan, hal itu terjadi karena faktor waktu dari pelanggan yang melakukan perawatan berkala berbeda-beda. Selain itu jumlah pelanggan bengkel Auto2000 Karawang pada bulan Januari sampai Oktober 2018 tergolong sangat tinggi, dengan jumlah rata-rata perbulannya di atas 2.500 pelanggan. Jumlah pelanggan bengkel Auto2000 Karawang tersebut terdiri dari tiga golongan kepemilikan kendaraan Toyota. Tiga golongan tersebut meliputi kepemilikan kendaraan Toyota perorangan atau pribadi, kepemilikan kendaraan Toyota dari instansi Pemerintahan Kabupaten Karawang, dan kepemilikan kendaraan Toyota dari perusahaan swasta yang ada di daerah Karawang dan sekitarnya. Bengkel Auto2000 Karawang terlepas mempunyai jumlah pelanggan yang sangat tinggi, namun selama periode bulan Januari sampai Oktober 2018 juga memiliki catatan komplain dari beberapa pelanggannya yang melakukan perawatan berkala dengan jumlah cukup banyak. Dari keseluruhan jumlah komplain yang masuk sebagian besar merupakan komplain tentang hasil servis. Berikut adalah jumlah komplain dari para pelanggan bengkel Auto2000 Karawang pada periode bulan Januari sampai Oktober 2018:

Tabel 1.2
Jumlah Komplain Pelanggan Bulan Januari – Oktober 2018

No.	Bulan	Jumlah Komplain
1	Januari	18
2	Februari	5
3	Maret	3
4	April	8
5	Mei	1
6	Juni	1
7	Juli	1
8	Agustus	14
9	September	5
10	Oktober	9
Total Komplain		65

Sumber: Laporan Bulanan PSFU Auto2000 Karawang 2018

Dari tabel di atas terlihat jumlah komplain para pelanggan Auto2000 masih tergolong tinggi khususnya dibulan-bulan tertentu seperti bulan Januari dan Agustus. Hal itu jelas harus segera ditanggapi dan ditangani secepatnya. Karena dari komplain pelangganlah bisa menjadi salah satu bahan dalam melakukan perbaikan untuk perusahaan dimasa yang akan datang. Sudah jelas dipaparkan dalam paragraf sebelumnya bahwa dari kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi citra perusahaan, sehingga pelanggan tidak beralih kepada perusahaan lain yang menjadi pesaing bengkel Auto2000 Karawang. Selain itu dari hasil pengamatan dan beberapa diskusi dengan karyawan bagian *Service Advisor* (SA) dapat ditarik kesimpulan bahwa antara kualitas pelayanan dan kinerja karyawan bengkel Auto2000 Karawang belum sepenuhnya memberikan kepuasan terhadap para pelanggan bengkelnya secara maksimal karena tingginya komplain dari para pelanggannya.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas dan melihat sebegitu pentingnya kinerja perusahaan dalam memberikan kualitas jasa pelayanan yang baik dalam mewujudkan kepuasan kepada para pelanggannya yang tentunya agar perusahaan bisa tetap bersaing dan unggul dari para pesaingnya, maka penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian mengenai: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel di PT. Astra International Tbk. – Auto2000 Karawang”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah paparkan di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Adanya komplain pelanggan yang masih relatif tinggi dalam periode bulan Januari sampai Oktober 2018.
2. Adanya ketidakpuasan yang dirasakan pelanggan yang harus segera diperbaiki.
3. Adanya faktor tentang kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan yang harus diperbaiki dan ditingkatkan lagi.
4. Adanya masalah tentang kinerja karyawan yang menyebabkan pelanggan tidak merasa puas.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hanya membahas tentang layanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan bengkel di PT. Astra International Tbk. – Auto2000 Karawang.
2. Pelanggan sebagai respondennya adalah pelanggan perseorangan dengan kata lain bukan merupakan pelanggan dari badan usaha (perusahaan) ataupun dari instansi pemerintahan. Hal ini dilakukan dimaksudkan untuk memperoleh hasil responden yang valid dan sesuai dengan apa saja yang diukur dalam penelitian ini.
3. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*).

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada penjelasan pada latar belakang, penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan bengkel di PT. Astra International Tbk. – Auto2000 Karawang. Secara spesifik rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan bengkel di PT. Astra International Tbk. – Auto2000 Karawang?

2. Bagaimana kinerja karyawan bengkel di PT. Astra International Tbk. – Auto2000 Karawang?
3. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan bengkel di PT. Astra International Tbk. – Auto2000 Karawang?
4. Adakah hubungan antara kualitas pelayanan (X_1) dan kinerja karyawan (X_2) bengkel di PT. Astra International Tbk. – Auto2000 Karawang?
5. Bagaimana pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) bengkel di PT. Astra International Tbk. – Auto2000 Karawang?
6. Bagaimana pengaruh secara parsial antara kinerja karyawan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) bengkel di PT. Astra International Tbk. – Auto2000 Karawang?
7. Bagaimana pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan (X_1) dan kinerja karyawan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) bengkel di PT. Astra International Tbk. – Auto2000 Karawang?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan bengkel di PT. Astra International Tbk. – Auto2000 Karawang.
2. Untuk mengetahui kinerja karyawan bengkel di PT. Astra International Tbk. – Auto2000 Karawang.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan bengkel di PT. Astra International Tbk. – Auto2000 Karawang.
4. Untuk analisis hubungan antara kualitas pelayanan (X_1) dan kinerja karyawan (X_2) bengkel di PT. Astra International Tbk. – Auto2000 Karawang.
5. Untuk analisis pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) bengkel di PT. Astra International Tbk. – Auto2000 Karawang.

6. Untuk analisis pengaruh secara parsial antara kinerja karyawan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) bengkel di PT. Astra International Tbk. – Auto2000 Karawang.
7. Untuk analisis pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan (X_1) dan kinerja karyawan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) bengkel di PT. Astra International Tbk. – Auto2000 Karawang.

1.6 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Manfaat yang diperoleh bisa sebagai manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Untuk Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia terutama tentang kualitas pelayanan dan kinerja karyawan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan dalam praktik di dunia bisnis.

2. Untuk Akademisi

Penelitian ini diharapkan bisa berkontribusi dan menjadi referensi dalam pengembangan studi ataupun penelitian mengenai kualitas pelayanan, kinerja karyawan, dan kepuasan pelanggan dimasa yang akan datang pada ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia.

1.6.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini juga diharapkan bisa memberikan manfaat baik terhadap perusahaan dalam melakukan evaluasi yang berkaitan tentang kualitas pelayanan, kinerja karyawan dan tingkat kepuasan pelanggannya. Sehingga dari ketiga hal itu bisa menjadi bahan dalam penentuan strategi perusahaan kedepannya agar tetap menjadi perusahaan yang terbaik dan kompetitif diantara para pesaingnya.