

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Perkembangan zaman yang semakin maju menyebabkan kebutuhan dan keinginan masyarakat menjadi semakin beragam. Keberagaman akan kebutuhan dan keinginan tersebut menimbulkan persaingan diantara perusahaan, khususnya dalam dunia industri jasa. Yamaha Indonesia Motor *Manufacturing* (YIMM) merupakan salah satu perusahaan jasa besar di Indonesia, menyediakan jasa *dealer* dan juga bengkel khusus motor merek Yamaha. Yamaha dalam melaksanakan jasa tersebut, tentunya harus memperhatikan kualitas pelayanan yang mereka berikan kepada para pelanggannya. Memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang para pelanggan butuhkan dan inginkan adalah tujuan yang harus dicapai guna mewujudkan kualitas pelayanan dan memberikan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan jasa. Kualitas pelayanan merupakan pengukuran kesesuaian antara harapan atau keinginan dengan kenyataan yang dirasakan oleh pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Pelayanan yang berkualitas tidak hanya dilihat dari sumber daya manusianya saja namun juga fasilitas dan peralatan yang dimiliki perusahaan sebagai penunjang pelaksanaan dari pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan dapat dilihat melalui pendekatan dengan lima dimensi, yakni bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan perusahaan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Pendekatan terhadap kelima dimensi tersebutlah yang dapat menilai apakah suatu pelayanan telah dapat dikatakan berkualitas atau belum, dalam arti pelaksanaan pelayanan tersebut telah memenuhi harapan dan keinginan dari pelanggan atau belum. Bila perusahaan telah mampu memberikan pelayanan yang berkualitas maka perusahaan tersebut telah mencapai tujuan utamanya dalam menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Tujuan dari suatu bisnis adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Terciptanya kepuasan bagi pelanggan tentunya dapat memberikan keuntungan

bagi perusahaan, diantaranya dapat membuat hubungan antara keduanya menjadi harmonis, sebagai dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan bergantung pada kualitas dari pelayanan yang diberikan perusahaan. Perusahaan harus benar-benar optimal dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya bila ingin menciptakan kepuasan pelanggan yang totalitas.

Demang Sakti Motor adalah salah satu subdealer dari Yamaha Indonesia Motor *Manufacturing* (YIMM) sebagai perusahaan penyedia jasa *dealer* dan bengkel resmi motor merek Yamaha. Berlokasi di Jalan Demang Lebar Daun No. 4-7 Ilir Barat I Palembang. Sebagai perusahaan penyedia jasa khususnya jasa “*service* sepeda motor” tentunya Demang Sakti Motor harus memperhatikan kualitas dari pelayanan yang mereka berikan. Untuk mendukung terwujudnya kualitas pelayanan yang baik itu, Demang Sakti Motor memiliki SOP (Standar Operasional Prosedur). SOP adalah pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi. Implementasi SOP yang baik akan menunjukkan konsistensi pada hasil kerja, hasil produk dan proses pelayanan seluruhnya mengacu kepada kemudahan, pelayanan dan pengaturan yang seimbang. Melalui adanya SOP perusahaan dapat menghindari terjadinya penyimpangan pada kinerja karyawan.

Namun, dalam prakteknya di lapangan berdasarkan keluhan dan informasi yang penulis dapat dari beberapa pelanggan pada saat observasi awal masih ada beberapa karyawan Demang Sakti Motor memberikan pelayanan yang kurang sesuai, seperti tidak memberikan senyum kepada para pelanggan, melakukan *service* motor dengan kurang cermat yang menyebabkan hilangnya alat dari motor misalnya baut, tidak memberikan salam dan lain sebagainya. Tentunya hal tersebut dapat mengurangi kepuasan dari pelanggan Demang Sakti Motor, dimana hal tersebut bertolak belakang dengan motto yang menjadi acuan mereka yakni “utamakan kepuasan pelanggan”. Hal tersebut pastinya akan berdampak pada perusahaan, dan bisa saja memberikan kerugian bagi perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis bermaksud melakukan penelitian mengenai pelayanan “*servicesepeda motor*” yang diberikan oleh Demang Sakti

Motor. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seperti apa penerapan kualitas pelayanan dari Demang Sakti Motor yang dikaitkan dengan kepuasan para pelanggan Demang Sakti Motor. Dimana hasil dari penelitian ini akan dituangkan ke dalam Laporan Akhir yang berjudul **“Penerapan Kualitas Pelayanan pada Bengkel Demang Sakti Motor”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, penulis dapat menarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah penerapan kualitas pelayanan pada bengkel Demang Sakti Motor?
2. Apakah penerapan kualitas pelayanan bengkel pada Demang Sakti Motor telah dilakukan berdasarkan dimensi-dimensi kualitas pelayanan?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar laporan akhir ini tidak menyimpang dari permasalahan yang akan dibahas, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan pada:

1. Penerapan kualitas pelayanan pada bengkel Demang Sakti Motor.
2. Penerapan kualitas pelayanan bengkel Demang Sakti Motor berdasarkan dimensi-dimensi kualitas pelayanan.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan dari kualitas pelayanan yang diberikan bengkel Demang Sakti Motor kepada pelanggannya.
2. Untuk mengetahui penerapan kualitas pelayanan bengkel Demang Sakti Motor berdasarkan dimensi-dimensi kualitas pelayanan.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis
Menambah wawasan dan pengetahuan dibidang Pemasaran, khususnya tentang kualitas pelayanan.
2. Bagi Perusahaan
Sebagai tolak ukur serta bahan evaluasi terhadap pelayanan “*service* sepeda motor” yang telah dilakukan selama ini.
3. Bagi Masyarakat
Sebagai bahan referensi ataupun literatur bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama di masa mendatang.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bengkel Demang Sakti Motor, yang berlokasi di Jalan Demang Lebar Daun No. 4-7 Ilir Barat I Palembang. Objek dari penelitian ini adalah pelanggan pengguna motor merek Yamaha yang melakukan *service* motor di Demang Sakti Motor. Penelitian ini meneliti tentang kualitas pelayanan khususnya pelayanan bengkel yang dilakukan Demang Sakti Motor. Dimana kualitas pelayanan tersebut diukur dengan lima dimensi kualitas pelayanan, yakni bukti fisik/berwujud (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut Yusi dan Idris (2009: 103), berdasarkan cara memperoleh data dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Data Primer
Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Dalam penelitian ini, data primer didapat dengan cara melakukan datang langsung ke tempat penelitian untuk mengamati pelayanan yang

diberikan Demang Sakti Motor pada pelanggan *service* motor. Serta, penulis juga mengolah data yang didapat dari kuesioner yang disebarkan kepada para pelanggan *service* motor Demang Sakti Motor.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, yang biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Dalam laporan ini, data sekunder yang penulis peroleh berupa sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan Demang Sakti Motor.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penulisan proposal ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Riset Lapangan dilakukan untuk mengumpulkan data melalui penelitian ke perusahaan secara langsung. Cara pengumpulan data dengan riset lapangan adalah dengan menggunakan kuesioner. Menurut Yusi dan Idris (2009: 113), kuesioner merupakan alat pengumpul data primer yang dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka, yang diberikan kepada responden secara langsung atau melalui media lain seperti pos atau internet.

Dalam penelitian ini, penulis memberikan kuesioner kepada pelanggan pengguna motor merek Yamaha yang melakukan *service* sepeda motor di Demang Sakti Motor. Pertanyaan yang dibuat pada kuesioner berbentuk pernyataan yang berhubungan dengan ke-5 (lima) dimensi dari kualitas pelayanan.

2. Riset Kepustakaan

Adalah mencari sumber-sumber informasi yang tepat dengan mencocokkan kebutuhan informasi dengan sistem indeksasi perpustakaan (Yusi & Idris, 2009: 105).

Dalam penyusunan Laporan Akhir ini, penulis mengumpulkan data melalui riset kepustakaan dengan cara membaca literatur-literatur atau referensi yang berhubungan dengan topik pembahasan. Sebagai bahan untuk membantu memecahkan permasalahan dalam Laporan Akhir.

1.5.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Kuncoro dalam Yusi & Idris (2009: 59), populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, di mana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan.

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah keseluruhan pelanggan dari Demang Sakti Motor yang melakukan *servicesepeda* motor. Dimana, setiap bulannya Demang Sakti Motor memiliki jumlah pelanggan yang tidak menentu (fluktuatif). Sehingga, tidak bisa ditentukan secara pasti jumlah populasi yang menjadi target dari penelitian ini.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian, yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu (Yusi & Idris, 2009: 60). Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan teknik sampling untuk mengumpulkan data dari unit sampling yang dijumpainya bila dipandang orang yang kebetulan dijumpai itu sesuai sebagai sumber data (Yusi & Idris, 2009: 68).

Sedangkan, untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti dilakukan dengan menggunakan Rumus Roscoe, dengan ketentuan untuk ukuran sampel yang layak dengan menggunakan rumus ini adalah antara 30 sampai dengan 500 (Sugiyono, 2010: 129). Adapun uraian rumus sebagai berikut.

$$n = (\text{Variabel } X + \text{Variabel } Y) \times 10$$

Dimana:

- n = Ukuran Sampel
- X = Kualitas Pelayanan (variabel terikat/independet)
- X₁ = Bukti Fisik/Berwujud (*Tangibles*)
- X₂ = Keandalan (*Reliability*)
- X₃ = Ketanggapan (*Responsiveness*)
- X₄ = Jaminan (*Assurance*)
- X₅ = Empati (*Emphaty*)

Jadi, hasil yang didapat adalah:

$$\begin{aligned} n &= (\text{Variabel } X + \text{Variabel } Y) \times 10 \\ &= (5 + 0) \times 10 \\ &= 50 \text{ responden} \end{aligned}$$

1.5.5 Teknik Analisis Data

Pada teknik analisa data, penulis menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Teknik Analisis Kualitatif

Menurut Yusi dan Idris (2009: 102), data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numberik. Namun, karena dalam statistik semua data harus dalam bentuk angka, maka data kualitatif umumnya dikuantitatifkan agar formulasi statistik dapat dipergunakan. Caranya adalah dengan mengklasifikasikan dalam bentuk kategori.

Data kualitatif dalam penelitian ini merupakan gambaran dari penerapan pelayanan dan kualitas pelayanan dari Demang Sakti Motoryang didapat berdasarkan hasil jawaban responden yang ada di dalam kuesioner. Hasil jawaban responden tersebut kemudian akan diukur dengan skala pengukuran data, dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2010: 132). Di dalam Skala Likert terdapat 5 (lima) alternatif jawaban yang dapat dipilih oleh responden atas setiap pertanyaan atau pernyataan yang ada untuk setiap variabelnya, yang telah diskalakan dengan skor 1-5. Berikut adalah tabel Skala Likert.

Tabel 1.1 Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (ST)	4
Ragu-Ragu (RG)	3
Kurang Setuju (KS)	2
Tidak Setuju (TS)	1

Sumber: Sugiyono(2010: 133).

b. Analisis Kuantitatif

Menurut Yusi dan Idris (2009: 102), data kuantitatif yaitu data yang diukur dalam suatu skala numerik. Dalam penelitian ini data kuantitatif didapat melalui perhitungan dari jawaban responden dalam kuesioner berdasarkan alternatif jawaban yang ada pada Skala Likert.

Untuk mengolah data kuantitatif, penulis menggunakan perhitungan secara persentase yang digunakan untuk menghitung persentase jawaban responden (pelanggan *service* sepeda motor di Demang Sakti Motor) dalam kuesioner yang penulis bagikan.

Menurut Riduwan dan Akdon (2013: 18), rumus persentase dan kriteria interpretasi skor adalah sebagai berikut.

$$IS = \frac{\text{Total Skor Penelitian}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Keterangan:

Total Skor Penelitian : Jawaban Responden x Bobot Nilai (1-5)

Skor Ideal : Skala nilai tertinggi x Jumlah Responden

Hasil dari perhitungan persentase jawaban responden tersebut kemudian akan diinterpretasikan berdasarkan kriteria interpretasi skor/angka yang telah ditentukan seperti dalam tabel berikut:

Tabel 1.2 Interpretasi Skor/Angka

No.	Skor/Angka	Interpretasi
1	0% - 20%	Sangat Lemah
2	21% - 40%	Lemah
3	41% - 60%	Cukup
4	61% - 80%	Kuat
5	81% - 100%	Sangat Kuat

Sumber: Riduwan dan Akdon(2013:18).

Tabel interpretasi skor seperti di atas akan menunjukkan posisi dari persentase yang didapat mengenai perhitungan persentase jawaban setiap dimensi yang diteliti. Dalam penelitian ini, dimensi yang diteliti adalah Bukti Fisik/Berwujud (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*). Sehingga, akan terlihat diposisi manakah persentase jawaban untuk setiap dimensi dari kualitas pelayanan tersebut berdasarkan perhitungan persentase yang dilakukan, apakah masuk kedalam kategori range skor yang Sangat Lemah, Lemah, Cukup, Kuat atau Sangat Kuat.

1.5.6 Indikator Variabel

Adapun uraian indikator-indikator dari variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3 Indikator Variabel

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Item
1	Kualitas Pelayanan	Bukti Fisik/Berwujud (<i>Tangibles</i>)	Sarana dan Prasarana: - Fasilitas fisik - Perlengkapan & peralatan	1. Ruang Tunggu 2. Kebersihan Bengkel 3. Tempat Parkir 4. Peralatan modern
			Penampilan Pegawai	5. Kerapian mekanik
		Kehandalan (<i>Reliabilitas</i>)	Ketepatan Waktu	6. Waktu pelaksanaan servis yang dijanjikan 7. Waktu buka dan tutup bengkel
			Pelayanan yang sama	8. Pelayanan service yang sama kepada setiap pelanggan 9. Melayani pelanggan sesuai urutan antrian
			Sikap yang simpatik	10. Keramahan pegawai dalam melayani
			Akurasi	11. Kesesuaian nota dengan perbaikan motor 12. Service dilakukan dengan cermat 13. Pelayanan Service sesuai prosedur
		Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	Pelayanan cepat dan tepat	14. Kesiediaan petugas melayani pelanggan dengan cepat 15. Kesiediaan petugas menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat
				Kejelasan Informasi
		Jaminan (<i>Assurance</i>)	Sopan Santun	18. Melayani dengan etika yang sesuai 19. Memberikan Salam/menyapa

Lanjutan Tabel 1.3

			Pengetahuan petugas	20. Pemahaman petugas tentang servis motor yang dilakukan
			Rasa Percaya	21. Petugas yang jujur 22. Keamanan tempat parkir yang terjamin 23. Kualitas servis yang bisa diandalkan
		Empati (<i>Empathy</i>)	Pemahaman Kebutuhan Pelanggan secara Spesifik	24. Petugas memahami kebutuhan pelanggan dengan sepenuh hati
			Pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan	25. Memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan
			Waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan	26. Kesiapan waktu petugas menanggapi keinginan pelanggan dengan sungguh-sungguh

Sumber: Lupiyoadi dan Hamdani(2008: 182).