BAB I
PENDAHULUAN

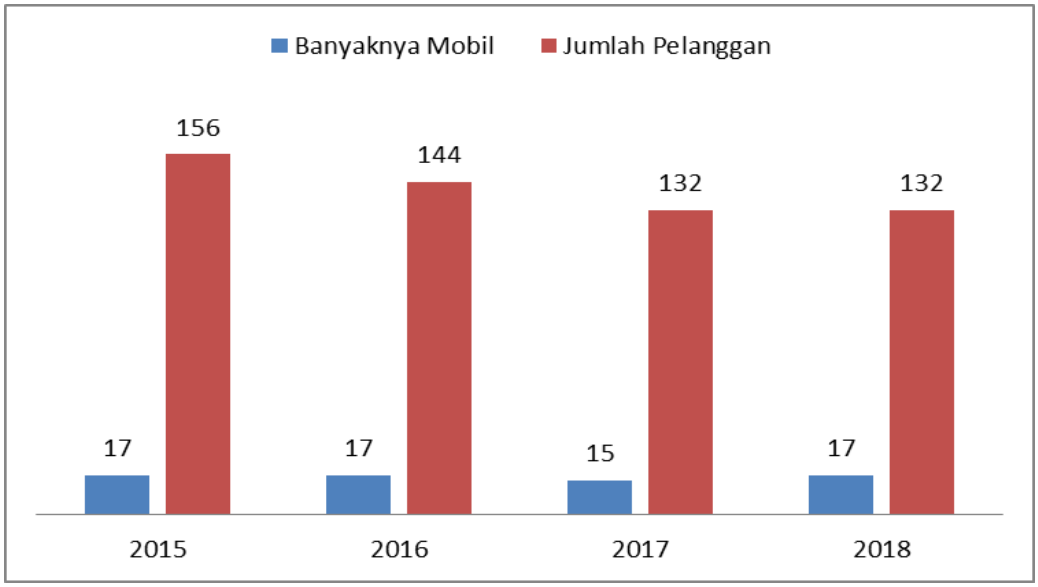
1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan globalisasi dan pasar bebas, dunia perdagangan (pemasaran) secara otomatis akan dihadapkan pada persaingan yang sangat ketat, selain itu kondisi pasar juga semakin terpecah-pecah, daur hidup produk semakin pendek, dan adanya perubahan perilaku konsumen membuat peran pemasaran semakin penting. Lingkungan bisnis yang sangat ketat persaingannya dewasa ini, membuat konsumen memiliki peluang yang luas untuk mendapatkan produk atau jasa dengan sederet pilihan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Seiring dengan semakin tingginya tingkat kebutuhan usaha jasa rental mobil khususnya di kota-kota besar juga mendapat tantangan yang besar, terutama dari faktor persaingan. Persaingan adalah hal yang sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Persaingan perusahaan untuk berprestasi atau adanya tingkat persaingan yang ketat diantara penyedia jasa berupa rental mobil menyebabkan pengusaha rental mobil berorientasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan salah satunya adalah CV. Jonggi Gando Sulit Air yang berkedudukan di Jalan Kayu Putih II No.66 Pulogadung Jakarta Timur yang saat ini sedang berkembang dan berusaha memberikan pelayanan yang berkualitas untuk meningkatkan keputusan pembelian.

Fenomena yang melatar belakangi penelitian ini adalah tidak sesuainya harapan yang tinggi dari pelanggan untuk menggunakan jasa rental mobil, hal tersebut disebabkan kondisi mobil yang usianya tidak lagi muda sehingga banyak pelanggan yang mengeluh, mahalnya harga sewa yang diberlakukan oleh pemilik rental mobil, maupun waktu pengembalian yang terlalu singkat, disamping itu pelanggan juga yang harus menanggung biaya BBM, Tol dan Parkir dengan biaya dibebankan pada konsumen serta ketatnya peraturan yang memberatkan pihak pelanggan. Permasalahan lainnya yaitu pendapatan rental mobil di CV. Jonggi

Gando Sulit Air menurun hal yang terjadi tahun 2017. Hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.1. di bawah ini :

Gambar 1.1. Perkembangan Jumlah Pelanggan yang Sewa Mobil di CV. Jonggi Gando Sulit Air tahun 2015-2018



Sumber: CV. Jonggi Gando Sulit Air (2018)

Grafik 1.1. menggambarkan bahwa banyaknya mobil yang disediakan CV. Jonggi Gando Sulit Air selama tahun 2015-2018 cenderung fluktuatif, adapun jumlah pelanggan yang pernah menggunakan jasa rental mobil di CV. Jonggi Gando Sulit Air selama tahun 2015-2018 cenderung menurun.

Fenomena lainnya yang muncul dalam penelitian ini adalah berkenaan dengan keputusan konsumen dalam menentukan usaha rental mobil yang akan disewa, dimana saat ini banyak sekali usaha penyewaan mobil rental, dengan berbagai jenis mobil terutama jenis Toyota Kijang Innova, Toyota Avanza, maupun jenis lain dengan tarif yang bervariasi, serta pelayanan yang bersaing. Dengan adanya persaingan jasa sewa rental, disatu sisi juga menguntungkan pelanggan karena mempunyai banyak pilihan, sedangkan bagi pihak pemilik rental mobil menjadi tantangan dalam memasarkan jasa rental mobil karena adanya persaingan produk sejenis.

Usaha rental mobil merupakan sebuah bisnis yang menawarkan jasa penyewaan mobil kepada pihak-pihak yang membutuhkan, baik perorangan maupun perusahaan. Adapun perorangan yang sering menggunakan jasa rental mobil CV. Jonggi Gando Sulit Air yaitu tetangga, teman dan lingkungan sekitarnya seperti untuk acara nikahan rute Jakarta - Yogyakarta, adapun dari perusahaan yang pernah memakai jasa rental mobil CV. Jonggi Gando Sulit Air yaitu PT. Pupuk Iskandar Muda (PIM) pernah menyewa 2 unit Kijang Innova Tipe G selama 2 (dua) bulan lepas kunci dari tahun 2016-2017. Begitu pula PT. PUSRI pernah menyewa mobil Kijang Inova Tipe G selama 7 bulan yaitu dari Januari sampai dengan Agustus 2018, dan adapula dari sewa harian pribadi seperti PEMDA maupun instansi pemerintah lainnya (CV. Jonggi Gando Sulit Air, 2018).

Kotler (2016:155) menjelaskan bahwa banyak perusahaan secara sistematis mengukur seberapa baik mereka memperlakukan pelanggan mereka, mengenali faktor-faktor yang membentuk kepuasan. Perusahaan akan bertindak bijaksana dalam mengukur kepuasan pelanggan secara teratur. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Jika kepuasan pelanggan tidak dapat dipertahankan, maka kemungkinan pelanggan untuk ke produk kompetitor menjadi sangat tinggi.

Wijaya (2014:11) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan keseluruhan gabungan karakteristik yang dihasilkan dari pemasaran rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

Strategi penetapan harga dalam bisnis rental mobil menjadi salah hal yang harus dipertimbangkan oleh pengusaha, karena setiap penentuan harga akan mengakibatkan tingkat permintaan dari konsumen yang berbeda. Keputusan tentang harga yang baik apabila mampu mencerminkan seluruh kepeningan perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus paham betul faktor-faktor yang secara langsung akan mempengaruhi tingkat harga yang akan ditentukan (Hasan,

2014: 527). Perusahaan persewaan mobil menerapkan berbagai strategi untuk mempengaruhi keputusan konsumen, strategi tersebut diantaranya: dengan memberikan harga/tarif sewa yang kompetitif dan lebih meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen. Kepuasan yang dirasakan konsumen akan berpengaruh terhadap pemakain kembali jasa persewaan mobil.

Pentingnya memilih bauran promosi perusahaan jasa tergantung pada tipe dan derajat interaksi yang terlihat (Ratnasari dan Aksa, 2014:55). Keputusan suatu perusahaan dalam pemilihan bauran promosi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap obyek-obyek yang sifatnya kapital intensif, karena itu penyedia jasa harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih bauran promosi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang. *Competitive positioning* adalah metode-metode yang digunakan agar perusahaan dapat mengembangkan posisif relatifnya dibandingkan dengan pesaing. Misalnya jika perusahaan berhasil memperoleh dan mempertahankan bauran promosi yang banyak dan strategis (bauran promosi sentral dan utama), maka itu dapat menjadi rintangan efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses ke pasar (Tjiptono, 2016:190).

Secara teori, Amir (2015:70) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, promosi dan harga.

1.2. Perumusan Masalah

Masalah yang menjadi dasar dalam penelitian ini adalah semakin pesat pertumbuhan bisnis rental mobil di kota Jakarta, sehingga konsumen akan menentukan keputusan dalam menyewa jasa rental mobil biasanya dengan melihat faktor-faktor yang mendorong konsumen memilih jasa rental mobil. Tidak hanya hal itu saja, karena banyak juga pengusaha rental mobil di Jakarta dan luar Jakarta yang ikut bersaing untuk merebut konsumen. Permasalahanya lainnya yaitu jumlah pelanggan yang menggunakan jasa rental mobil di CV. Jonggi Gando Sulit Air cenderung menurun (Gambar 1.1.). Dari permasalahan tersebut peneliti membuat perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?
4. Apakah kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan.

1.4. Manfaat Penelitian

Secara umum, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

   Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dari paparan teori-teori yang berkaitan dengan pemasaran jasa dikaitkan dengan hasil-hasil jurnal-jurnal untuk ditelaah ulang sehingga dapat terjawab dalam hasil penelitian ini.
2. Bagi CV. Jonggi Gando Sulit Air

   Penelitian ini bermanfaat bagi CV. Jonggi Gando Sulit Air terkait peranan pemasaran jasa dalam meningkatkan penjualan melalui loyalitas pelanggan dengan cara memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang sudahd iberikan, harga jasa yang ditentukan dan promosi yang telah dijalankan, guna meningkatkan loyalitas pelanggan di masa mendatang.