

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kondisi perekonomian nasional yang belum stabil sekarang ini membawa dampak terjadinya beberapa perubahan dalam kehidupan masyarakat. Perubahan tersebut terutama berkenaan langsung dengan menurunnya kemampuan dan daya beli masyarakat untuk mengkonsumsi suatu produk dan jasa.

Ketidakstabilan perekonomian di Indonesia saat ini telah mengakibatkan banyak perusahaan salah satunya yang bergerak dalam bidang jasa mengalami goncangan dalam menjalankan usaha sehingga setiap perusahaan dituntut untuk mampu memanfaatkan peluang yang ada dengan sebaik – baiknya. Hal ini juga dilakukan oleh PT L.J. HOOKER yang bergerak dalam bidang jasa perumahan (properti).

Dalam situasi apapun, baik dalam kondisi normal maupun krisis, kebutuhan dan keinginan masyarakat pada umumnya relatif sangat bervariasi (berubah – ubah). Namun karena dalam masa krisis ekonomi daya beli masyarakat tersebut cenderung terus menurun. Hal ini dapat dilihat dengan mulai berkurangnya frekuensi pembelian terhadap suatu barang atau jasa, termasuk pembelian properti.

Untuk mengatasi persaingan yang ketat diantara banyak perusahaan, maka pihak perusahaan berusaha memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik produknya sendiri maupun jasa pelayanannya, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Untuk dapat memusakan konsumennya, perusahaan harus memikirkan strategi pemasaran yang paling baik, paling tepat dan

paling sesuai agar dapat bertahan dan terus berlangsung. Oleh karena itu, pihak perusahaan memilih suatu strategi untuk meningkatkan hasil penjualan produk atau jasa yang ditawarkannya. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah meningkatkan kualitas pelayanan jasa dan ketepatan waktu transaksi kepada pelanggan. Aktivitas pelayanan yang diwujudkan dalam kualitas pelayanan yang baik menimbulkan kepuasan pelanggan yang memberi dampak pada keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu, dalam mengantisipasi ketatnya persaingan yang terjadi di masa yang akan datang dan untuk menjamin keberhasilan perusahaan yang bersangkutan harus dapat menetapkan suatu sistem pelayanan yang sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan pelanggan. Dengan kata lain, perusahaan harus memberikan pelayanan terbaiknya agar pelanggan merasa puas atas jasa yang diberikan dan akan terus menggunakan jasa perusahaan yang sama dikemudian hari atau menjadi pelanggan tetap konsumen. Dengan memiliki pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka pelanggan tersebut akan loyal terhadap perusahaan, maka perusahaan tidak hanya dapat bertahan dalam menghadapi persaingan memperebutkan konsumen, tetapi juga perusahaan akan dapat berkembang dengan pesat sampai jangka waktu yang panjang. Pelanggan yang puas juga merupakan alat promosi yang efektif bagi perusahaan karena mereka akan menyebarkan informasi tersebut kepada setiap orang dan khalayak ramai serta kerabat – kerabatnya tentang pelayanan yang mereka dapat.

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa, PT L.J.HOOKER memahami tuntutan pelanggan pada saat seperti sekarang ini, sehingga perusahaan berupaya mempertahankan pelayanan yang sudah ada ataupun berupaya meningkatkan pelayanannya. Akan tetapi keluhan dari pihak pelanggan masih tetap ada, misalnya :

banyak tenaga pemasaran yang ada kurang berpengalaman dibidangnya ,hal ini menyebabkan mereka kurang tanggap terhadap keluhan pelanggan sehingga pelanggan akan merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan dalam arti terjadi ketidaksesuaian antara harapan dan kinerja.

Dilihat dari pentingnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa dan untuk menarik serta mempertahankan para pelanggan mereka, maka penulis merasa tertarik untuk meneliti dan mengambil dengan tema : “ ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN YANG MENGGUNAKAN JASA PT L.J.HOOKER DALAM MEMBELI RUMAH DI BANDUNG”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka penulis dapat mengungkapkan beberapa pokok masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana pandangan dan persepsi para pelanggan terhadap pelayanan PT L.J.HOOKER agar pelanggan merasa puas ?
- b. Sehubungan dengan analisis yang dilakukan penulis, bagaimana caranya PT L.J.HOOKER melayani pelanggan agar merasa puas dalam membeli rumah?
- c. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT L.J.HOOKER terhadap kepuasan pelanggan dalam membeli rumah ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud penulis dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan

informasi dari perusahaan bagaimana strategi pelayanan yang diberikan oleh perusahaan agar para konsumennya merasa puas.

Tujuan penelitian ini sesuai dengan identifikasi masalah di atas, dimana penelitian ini mempunyai tujuan antara lain :

- a. Untuk mengetahui persepsi para pelanggan tentang pelayanan yang diberikan oleh PT L.J.HOOKER
- b. Untuk mengetahui pelayanan dalam bentuk dan macam apa saja yang diharapkan konsumen dan tindakan apa saja yang harus diperbaiki PT L.J.HOOKER agar pelanggannya naik dan bertambah
- c. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh kualitas pelayanan PT L.J.HOOKER terhadap peningkatan kepuasan pelanggan dalam membeli rumah

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi :

1. Bagi Penulis

Untuk memperluas wawasan pengetahuan tentang kepuasan pelanggan serta dapat membandingkan antara teori yang diterima selama masa perkuliahan dengan realita yang ada sekaligus penerapan teori yang ada.

2. Bagi Perusahaan

Penulisan ini dapat menjadi masukan yang dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai pelayanan dan kinerjanya terhadap pelanggan, terutama pimpinan harus memperhatikan hal – hal atau atribut apa saja yang dianggap penting

oleh pelanggan agar mereka merasa puas.

3. Bagi Pihak – pihak yang Berkepentingan

Kiranya penelitian ini dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan tentang bagaimana cara – cara untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bila diperlukan.

1.5 Kerangka Pemikiran

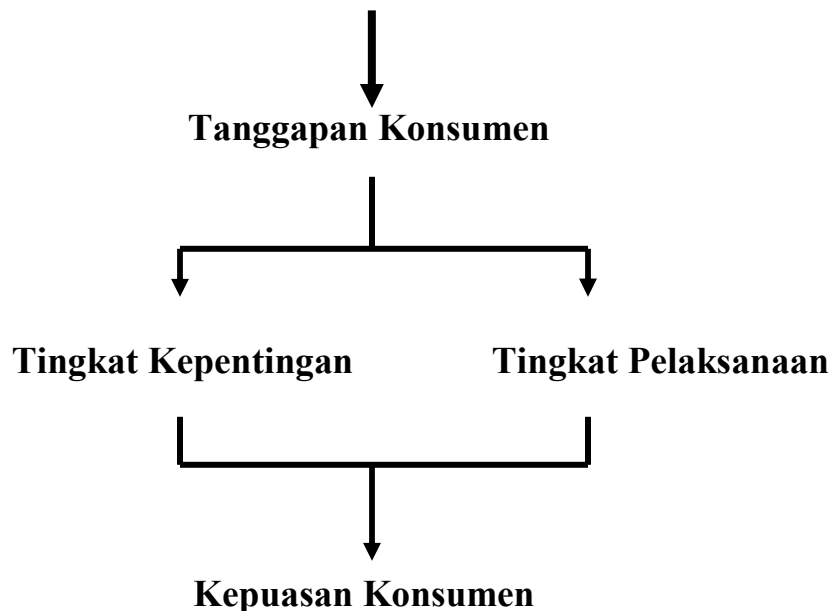
Dalam persaingan yang semakin tajam diantara perusahaan jasa properti saat ini, maka kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dimana tingkat kepentingan dan harapan pelanggan serta pelaksanaan atau kinerja yang dilakukan perusahaan haruslah sesuai dengan perkembangan dunia usaha. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan hal – hal yang dianggap penting oleh para pelanggan, agar mereka merasa puas. Hal ini dikarenakan para pelanggan, berdasarkan pengalamannya apabila mereka merasa puas maka akan melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang pernah dipakainya dan juga menyampaikan informasi tersebut kepada orang lain tentang jasa perusahaan dan citra perusahaan dari mulut ke mulut.

Untuk itulah, maka perusahaan perlu menilai faktor – faktor apa saja yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggannya dan apakah telah dipenuhi. Menurut Philip Kotler (2000 : 440) dalam memberikan jasa pelayanan yang baik terhadap pelanggan terdapat lima kriteria penentu kualitas jasa pelayanan, yaitu keandalan, koresponsifan, keyakinan, empati dan berwujud. Kelima unsur tersebut akan menjadi acuan utama dalam kerangka penelitian ini dan terbentuk dalam gambar berikut ini :

Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran

1. Keandalan
 - Kemampuan marketing menjual properti sesuai harga yang diinginkan
 - Kemampuan marketing dalam mencari sumber dana untuk mempercepat transaksi penjualan, contoh : Kredit Kepemilikan Rumah (KPR)
 - Kemampuan menjual properti sesuai waktu yang diharapkan
2. Ketanggapan
 - Ketanggapan marketing dalam membantu pelanggannya dalam proses negosiasi harga suatu properti
 - Pemberian perhatian kepada pelanggan setelah terjadinya proses penjualan
3. Keyakinan
 - Kesiediaan notaris yang berpengalaman dalam mengurus surat – surat yang berhubungan dengan transaksi
 - Pengetahuan marketing sesuai bidang tugasnya, misalnya harga pasaran di lokasi tertentu
4. Empati
 - Kesiediaan marketing dalam membantu dan memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan, contoh : sering melakukan diskusi sesuai kebutuhan pelanggan
5. Berwujud
 - Penataan window display yang menampilkan produk – produk yang dipasarkan disusun secara rapih dan teratur.
 - Kelengkapan brosur yang diberikan perusahaan guna mendukung pemberian informasi yang lengkap, seperti produk properti yang dipasarkan langsung dari developer.



Sumber : Philip Kotler, dalam *Marketing Management*, 2000 : 440 (dalam J.Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, 1997, 238)

Setelah ditentukan dan diurutkan tingkat kepentingan dari masing – masing unsur pelayanan maka barulah perusahaan dapat memberikan mutu pelayanan yang ideal bagi konsumen secara efisien dan efektif.

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen atas unsur – unsur dan mutu pelayanan yang menyertai suatu produk akan mempengaruhi tingkah laku konsumen yang berikutnya. Philip Kotler berpendapat bahwa pelanggan akan menjadi sangat puas jika mereka memperoleh apa yang diinginkan pada saat, tempat, dan cara yang tepat. Sedangkan La Berbera dan David Mazursky pernah mengemukakan bahwa yang menentukan puas atau tidak puas dan sangat puasnya seorang pembeli adalah kedekatan antara apa yang diharapkan pembeli dan produk (buyers product expectation) dan bagaimana unjuk kerja yang dirasakan (product's perceived performance). Jika produk atau jasa sesuai dengan apa yang diharapkan maka akan terjadi kepuasan.

Dengan kualitas pelayanan yang dirasakan langsung oleh konsumen dan mendapat tanggapan baik (positif) maka akan dihasilkan kepuasan konsumen dan selanjutnya akan menimbulkan pembelian ulang. Namun hal ini dipengaruhi oleh aspek pemasaran yang lainnya seperti penetapan harga yang sesuai, promosi yang baik, sebaliknya apabila konsumen merasa tidak puas, ia akan berhenti membeli produk tersebut dan biasanya akan menyebarluaskan kesan buruk kepada orang lain. Oleh karena itu, perusahaan harus selalu berusaha untuk memenuhi harapan para pelanggannya agar pelanggan merasa puas.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dengan menggunakan pendekatan survei yaitu mengumpulkan informasi dari responden pelanggan dengan menggunakan lembar kuesioner.

Jenis – jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu semua data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab suatu permasalahan penelitiannya dan data sekunder yaitu data yang berasal dari buku, majalah maupun surat kabar serta informasi – informasi yang diperoleh selama melakukan penelitian.

Dalam usaha mengumpulkan data yang dibutuhkan, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Riset Kepustakaan

Riset Kepustakaan adalah riset yang dilaksanakan untuk mengumpulkan data yaitu dengan membaca, mengumpulkan, mencatat, dan mempelajari buku – buku wajib dan buku – buku lainnya.

2. Riset Lapangan

Riset lapangan adalah riset yang akan dilaksanakan untuk memperoleh data yaitu yang terdapat pada perusahaan di mana permasalahan peneliti terdapat.

3. Wawancara

Yaitu merupakan teknik komunikasi langsung untuk memperoleh keterangan secara lisan dari orang tertentu yang berkaitan erat dengan penelitian.

4. Kuesioner

Yaitu dengan memberikan sehimpunan pertanyaan mengenai suatu obyek yang diajukan kepada dan untuk memperoleh tanggapan dari responden. Kuesioner ini

disebarkan untuk mendapatkan data kuantitatif mengenai persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengambilan sampel acak sederhana (simple random sampling) yaitu sebuah sampel yang diambil sedemikian rupa sebagai unit penelitian atau satuan elementer dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Peneliti memilih anggota – anggota populasi yang paling mudah diakses.

Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 responden dari total seluruh populasi yang ada sebanyak 500 orang pengguna jasa agen properti L.J.HOOKER Cihampelas.

Metode analisis data yang digunakan adalah :

1. Analisis Kualitatif

Adalah data yang diteliti tidak dianalisis dalam bentuk angka – angka tetapi dalam bentuk keterangan – keterangan atau uraian – uraian untuk menganalisis masalah yang ada di perusahaan.

2. Analisis Kuantitatif

Adalah data yang diteliti dalam bentuk angka – angka dan perhitungan dengan menggunakan metode statistik untuk mengetahui hubungan antara variabel x (kualitas pelayanan) dan variabel y (kepuasan konsumen) menggunakan perhitungan korelasi pangkat dari Spearman.

$$R_s = \frac{1 - 6 \sum d_i^2}{n^3 - n}$$

1.7 Lokasi Penelitian

Dalam rangka pengumpulan data untuk penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian pada PT L.J.HOOKER yang terletak di Jalan Cihampelas no 76 Bandung