

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada zaman sekarang, banyak bidang usaha yang berusaha untuk dapat terus bertahan. Untuk dapat bertahan, bidang usaha harus dapat merebut pangsa pasar dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada, dimana persaingan dapat dilakukan dengan berbagai macam cara. Salah satu bidang usaha yang sekarang banyak diminati adalah usaha dalam bidang otomotif, dalam hal ini khususnya usaha SPBU, usaha ini terus berkembang dan banyak diminati sejalan dengan berkembangnya dunia otomotif dan semakin meningkatkan daya beli masyarakat untuk membeli kendaraan baik mobil ataupun motor. Selain itu jumlah wisatawan dari luar kota yang berkunjung ke kota Bandung terus meningkat setiap akhir pekan. Dengan semakin banyaknya jumlah kendaraan yang terdapat di kota Bandung maka peluang untuk mendapatkan konsumen pun semakin besar. Hal ini membuat persaingan antara SPBU semakin meningkat, selain itu banyaknya SPBU-SPBU baru yang bermunculan di Kota Bandung membuat persaingan antara SPBU menjadi semakin ketat.

Dengan keadaan seperti ini maka untuk dapat bertahan dan dapat memenangkan persaingan maka SPBU perlu mengetahui persepsi dan keinginan konsumen terhadap kualitas yang diinginkan konsumen tersebut pada saat mengisi bensin kendaraannya. Dengan mengetahui persepsi konsumen dan keinginan konsumen maka pihak manajemen SPBU pun dapat meningkatkan kualitas dan menyediakan harapan-harapan yang belum terwujud tersebut sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas dan jumlah konsumen yang datang.

Persepsi dan keinginan konsumen dapat diukur dengan menggunakan metode *Perceived Quality*. *Perceived Quality* dapat didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. *Perceived quality*

ini merupakan persepsi dari pelanggan oleh karena itu tidak dapat ditentukan secara objektif. Persepsi pelanggan akan melibatkan apa yang penting bagi pelanggan karena setiap pelanggan memiliki kepentingan (yang diukur secara relatif) yang berbeda-beda terhadap suatu produk atau jasa.

Berbekal ilmu pengetahuan yang telah diperoleh maka penulis tertarik untuk melakukan tugas akhir dibidang kualitas di SPBU Surya Sumantri dimana diharapkan hasil penelitian yang diperoleh oleh penulis dapat digunakan oleh pihak manajemen SPBU untuk meningkatkan kualitas dan pelayanan terhadap konsumen.

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang sering dihadapi oleh pihak SPBU adalah:

1. Kurangnya jumlah konsumen yang datang ke SPBU Surya Sumantri membuat target yang diharapkan oleh pihak manajemen tidak tercapai. Pihak manajemen SPBU Surya Sumantri menetapkan target untuk melayani rata-rata 3000 kendaraan per harinya sedangkan saat ini SPBU Surya Sumantri hanya melayani rata-rata 1300-2000 kendaraan per harinya.
2. Semakin banyaknya SPBU-SPBU lain yang memperoleh sertifikat "PASTI PAS" dari Pertamina. Sertifikat ini diberikan kepada SPBU yang selalu tepat takarannya pada saat diadakan pengecekan dari pihak yang berwenang. Tentunya konsumen lebih tertarik dan percaya untuk mengisi bensin di SPBU bersertifikat "PASTI PAS" karena jaminan kesesuaian takaran. Hingga saat ini SPBU Surya Sumantri belum memperoleh sertifikat "PASTI PAS".
3. Banyaknya SPBU-SPBU lain yang semakin lengkap fasilitasnya, apabila dahulu hanya tersedia toilet dan musholla, maka pada SPBU-SPBU baru dan modern yang terdapat di kota besar atau di sekitar jalan tol terdapat toilet, masjid, kafe 24 jam, ATM, bengkel & tempat cuci mobil, dll. SPBU Surya Sumantri belum memiliki fasilitas selengkap yang disebutkan diatas.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan lebih jelas dan terarah, maka dibutuhkan pembatasan masalah. Pembatasan masalah yang digunakan dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diinginkan pelanggan dari SPBU untuk membantu SPBU Surya Sumantri meningkatkan kualitasnya dan memperbanyak konsumen yang datang.

1.4 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang akan dibahas pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Kriteria kualitas apa yang menjadi harapan konsumen terhadap SPBU Surya Sumantri ?
2. Bagaimana tingkat *perceived quality* SPBU Surya Sumantri apabila dilihat dari sudut pandang konsumen ?
3. Usaha-usaha apa saja yang dapat dilakukan oleh SPBU Surya Sumantri untuk meningkatkan nilai *perceived quality* dimata konsumen ?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat mengetahui kriteria kualitas apa saja yang menjadi harapan konsumen terhadap SPBU Surya Sumantri.
2. Dapat mengetahui tingkat *perceived quality* SPBU Surya Sumantri apabila dilihat dari sudut pandang konsumen.
3. Dapat mengetahui usaha-usaha apa saja yang dapat dilakukan oleh SPBU Surya Sumantri untuk meningkatkan nilai *perceived quality* dimata konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini membahas Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah dan Tujuan Penelitian dari Tugas Akhir.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori yang berkaitan dan digunakan untuk memecahkan masalah serta menganalisis masalah yang dibahas pada Tugas Akhir ini.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas langkah-langkah atau prosedur yang dilakukan pada saat melakukan penelitian. Langkah-langkah tersebut digambarkan dalam bentuk *flow chart* dimana terdapat penjelasan yang lebih rinci untuk masing-masing langkah tersebut.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisi mengenai data umum perusahaan tempat melakukan penelitian, sejarah singkat perusahaan dan pengumpulan data yang diperlukan untuk melakukan pengolahan pada bab selanjutnya.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini membahas seluruh pengolahan data yang diperlukan untuk memecahkan masalah yang terdapat pada SPBU Surya Sumantri, analisis hasil pengolahan data serta usulan-usulan untuk dapat menyelesaikan masalah yang terdapat pada SPBU Surya Sumantri

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas kesimpulan analisis serta saran untuk perusahaan untuk dapat memecahkan masalah yang dihadapi.