

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bisnis di Indonesia sudah sangat banyak, dari perusahaan mikro sampai perusahaan besar sehingga persaingan bisnis semakin kompleks. Persaingan dalam menjual produk maupun jasa semakin banyak, sehingga banyak para pengusaha menawarkan produk maupun jasanya dengan berbagai macam cara agar konsumen tertarik untuk membeli produk atau jasa yang dijual. Banyaknya competitor dengan menjual barang yang sama sehingga persaingan pun semakin berat.

Semakin banyak pesaing, maka semakin banyak cara untuk menarik konsumen agar tertarik membeli produk atau jasa yang dijual. Akan tetapi tidak semua cara dapat berjalan dengan lancar sehingga mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Banyak perusahaan yang baru berjalan tetapi tidak lama kemudian perusahaan tersebut gulung tikar atau bangkrut. Banyak pelaku bisnis yang hanya menginginkan keuntungan yang besar tanpa membuat *planning* yang tepat dan memikirkan resiko-resiko yang mungkin dapat terjadi (Dewi, 2021).

Bisnis kendaraan bermotor terus berkembang di Indonesia, semakin banyak bisnis yang bergerak di bidang penjualan mobil dan semakin maraknya persaingan dalam dunia industri. Jumlah penggunaan mobil yang semakin meningkat di Indonesia membuat bisnis otomotif semakin menarik perhatian masyarakat. Salah satu kebutuhan pemilik kendaraan beroda empat di Indonesia adalah tempat mencuci mobil / *carwash*. Banyak masyarakat yang memiliki mobil namun tidak semua punya waktu dan tenaga

untuk mencuci mobilnya sendiri. Selain itu, keadaan udara di Indonesia yang memiliki polusi dan curah hujan yang tinggi membuat kendaraan lebih cepat kotor.

Penggunaan kendaraan tanpa merawat adalah hal percuma, karena perawatan kendaraan dapat dilakukan dengan mudah seperti mencuci mobil. Mencuci mobil bisa dilakukan di rumah atau tempat pencucian di sekitar lingkungan tempat tinggal, mencuci mobil sangat membutuhkan waktu dan tenaga. Selain itu konsumen cenderung menginginkan proses cepat, praktis, serta hasil yang memuaskan. Saat ini, banyak ditemukan tempat pencucian mobil dengan tenaga mesin sehingga mengurangi tenaga manusia, karena penggunaan teknologi mesin dapat mencuci mobil dengan cepat dengan hasil yang memuaskan.

Danish *Car Wash* ialah perusahaan pencucian kendaraan roda empat terdapat di Sumedang dan sudah banyak kompetitor didalam bisnis yang sama. Pendirian perusahaan ini pada awalnya hanya memfokuskan pada pencucian mobil dengan sistem manual, yaitu memanfaatkan tenaga manusia dalam melakukan proses pencucian.

Semakin ketatnya persaingan dalam bidang usaha pencucian mobil di Sumedang membuat jumlah konsumen yang mencuci mobil di Danish *Car Wash* mengalami penurunan karena masing-masing usaha memiliki strateginya masing-masing dalam meningkatkan kepuasan konsumennya. Berikut adalah penurunan jumlah konsumen yang datang pada Danish *Car Wash* Tahun 2022-2023:

**Tabel 1. 1 Jumlah konsumen yang datang pada Danish Car Wash Tahun 2022-2023**

<b>Bulan</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Januari	745	620
Februari	815	779
Maret	665	642
April	700	677
Mei	681	545
Juni	660	625
Juli	634	552
Agustus	705	628
September	685	569
Oktober	600	550
November	590	542
Desember	603	588
<b>Total</b>	<b>8083</b>	<b>7317</b>

Sumber: Danish Car Wash, 2024

Berdasarkan tabel 1.1 terjadi penurunan jumlah konsumen Danish Car Wash hal ini bisa diakibatkan kualitas pelayanan yang diberikan kurang maksimal sehingga konsumen tidak kembali lagi mencuci mobil di Danish Car Wash. Selain itu semakin banyaknya bisnis pencucian mobil yang berkembang di Sumedang membuat persaingan semakin ketat dan masing-masing pencucian mobil menawarkan pelayanan yang maksimal dan juga harga yang bersaing.

Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan maka peneliti melakukan survei pendahuluan dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1. 2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Variabel	Jawaban					Skor
	STS	TS	CS	S	SS	
Kualitas Pelayanan	0	0	3	18	9	126
Harga	0	3	5	15	7	116
Promosi	3	7	11	7	2	88
Kualitas Produk	5	9	7	7	2	82
Lokasi	2	5	9	13	1	96
<i>Store Atmosphere</i>	0	4	4	13	9	117

Sumber: Hasil Pra Survei, 2024

Hasil pra survei pada Tabel 1.2 menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Danish *Car Wash* adalah kualitas pelayanan disusul dengan harga dan *store atmosphere*. Faktor kualitas pelayanan bagi pelanggan Danish *Car Wash* menjadi faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan. Akan tetapi pada kenyataannya masih banyak ditemukan keluhan-keluhan dari konsumen pada pelayanan yang diberikan oleh Danish *Car Wash*, seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 1. 3 Jumlah Komplain Pada Danish Car Wash**

No	Jenis Komplain	2022	2023
1	Masih banyaknya debu dibawah jok dan di sela-sela rem tangan	90	134
2	Kotoran pada bank mobil yang tidak dibersihkan	105	167
3	Kebersihan dalam interior mobil kurang bersih	100	201

Sumber: Danish Car Wash, 2024

Untuk mendapatkan gambaran fenomena tentang kepuasan konsumen pada Danish Car Wash ditunjukkan dengan hasil pra survei pada 30 responden dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1. 4 Hasil Pra Survei Kepuasan Konsumen**

No	Pernyataan	Jawaban	
		Setuju	Tidak Setuju
1	Merasa puas dengan pelayanan dari Danish Car Wash	13	17
2	Akan kembali menggunakan jasa dari Danish Car Wash	14	16
3	Merekomendasikan keluarga untuk menggunakan jasa Danish Car Wash	10	20
4	Harapan konsumen terpenuhi setelah menggunakan jasa Danish Car Wash	15	15

Sumber: Peneliti, 2024

Dari hasil pra survei pada Tabel 1.4 menunjukkan dari 30 konsumen yang menjadi responden menunjukkan kebanyakan dari konsumen Danish Car Wash merasa bahwa kurang puas dengan pelayanan dari Danish Car Wash, kurang merekomendasikan keluarga untuk menggunakan jasa Danish Car Wash dan tidak akan kembali menggunakan jasa dari Danish Car Wash.

Kepuasan konsumen pada bisnis pencucian mobil tentunya sangat erat hubungannya dengan kualitas pelayanan yang diterima konsumen ketika dilayani. Pada Danish Car Wash Sumedang kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan masih kurang maksimal. Dalam mengukur kualitas pelayanan dapat dilihat dari bukti fisik (*tangibles*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empaty*) (Tjiptono, 2019).

Penyebab komplek konsumen pada Danish *Car Wash* kebanyakan karena kurang maksimalnya kualitas pelayanan yang dikelompokkan menurut dimensi kualitas pelayanan yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangible*) ditunjukkan dengan kurangnya penggunaan peralatan yang digunakan dalam mencuci mobil seperti tidak adanya mesin hidrolik untuk mengangkat mobil. Peralatan pendukung seperti vacuum cleaner, kompresor dan semir ban yang tidak tersedia. Selain itu dari kondisi kebersihan di sekitar pencucian mobil kurang terawat seperti banyak sampah-sampah sisa hasil pencucian mobil yang tidak dibersihkan.
2. Reliabilitas (*Reliability*) ditunjukkan dengan karyawan kurang terampil dalam membersihkan bagian-bagian dalam kendaraan, karyawan kurang dalam tanggap atas permintaan dari konsumen. Selain itu reliabilitas juga ditunjukkan dengan kemampuan karyawan untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan kepada konsumennya kurang bisa terpenuhi.

Hasil pra survei variabel kualitas pelayanan dari Danish Car Wash juga ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 1. 5 Hasil Pra Survei Kualitas Pelayanan**

No	Pernyataan	Jawaban	
		Setuju	Tidak Setuju
1	Danish Car Wash menggunakan teknologi yang canggih dalam membersihkan kendaraan konsumen	12	18
2	Karyawan Danish Car Wash cekatan dalam membersihkan kendaraan konsumen	14	16

No	Pernyataan	Jawaban	
		Setuju	Tidak Setuju
3	Karyawan Danish Car Wash tanggap pada kebutuhan konsumennya	13	17
4	Danish Car Wash memberikan jaminan atas pelayanan yang maksimal	11	19
5	Karyawan Danish Car Wash memperhatikan kebutuhan konsumennya	10	20

Sumber: Peneliti, 2024

Dari hasil pra survei pada Tabel 1.5 menunjukkan dari 30 konsumen yang menjadi responden menunjukkan kebanyakan dari konsumen Danish Car Wash merasa bahwa Danish Car Wash kurang memanfaatkan teknologi dalam proses pencucian mobil, karyawan Danish Car Wash kurang cekatan dalam membersihkan kendaraan konsumen. Karyawan Danish Car Wash kurang tanggap pada kebutuhan konsumen, Danish Car Wash kurang memberikan jaminan yang maksimal atas pelayanan pencucian mobil serta karyawan Danish Car Wash kurang memperhatikan kebutuhan konsumennya.

Permasalahan kepuasan konsumen akan muncul bila salah satu faktor tidak terpenuhi, contohnya dengan pelayanan yang kurang baik. Kualitas pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen. Terpenuhi tidaknya kebutuhan dan tuntutan pemakai jasa pelayanan. Dengan demikian, yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah yang menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada diri setiap konsumen (Basu, 2018). Peran kualitas pelayanan yang baik

merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh, tanpa adanya pelayanan yang tepat produk akan kurang diminati oleh konsumen (Gemina, 2022).

Pelayanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui kepuasan konsumen, khususnya adalah konsumen. Masalah utama sebagai sebuah lembaga jasa pelayanan yang banyak pesaingnya adalah pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan konsumen atau belum. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui (Jahanshari, 2021). Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan (Maramis, 2018).

Sukses atau tidaknya bisnis pencucian mobil ialah untuk memenuhi kepuasan hati pelanggan yang dirasakan pada kualitas pelayanannya. Jika pelayanan yang diberikan dirasakan baik sehingga kepuasan pada pelanggan yang bersangkutan meningkat. Apabila ekspektasi pelanggan terpenuhi merasa akan puas berkunjung ke perusahaan tersebut. Apabila pelayanan tidak dilakukan dengan semestinya akan membuat perkembangan perusahaan tersebut menurun karena adanya rasa puas pada pelanggan. Hal semacam ini akan menimbulkan pelanggan merasakan kurang puas dan minat untuk berkunjung ke tempat perusahaan yang bersangkutan menurun.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Gambaran Umum Objek Penelitian pada Danish Car Wash Sumedang?
2. Bagaimana Kondisi Kualitas Pelayanan pada Danish Car Wash Sumedang?
3. Bagaimana Kondisi Kepuasan Konsumen pada Danish Car Wash Sumedang?
4. Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Danish Car Wash Sumedang?
5. Apa Saja Hambatan Pelaksanaan Kualitas Pelayanan pada Danish *Car Wash* Sumedang dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Upaya Apa yang Dilakukan Perusahaan Untuk Menigatasi Hambatan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Gambaran Umum Objek Penelitian pada Danish Car Wash Sumedang.
2. Untuk Mengetahui Kondisi Kualitas Pelayanan pada Danish Car Wash Sumedang.
3. Untuk Mengetahui Kondisi Kepuasan Konsumen pada Danish Car Wash Sumedang.
4. Untuk Mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Danish Car Wash Sumedang.

5. Untuk Mengetahui Hambatan Pelaksanaan Kualitas Pelayanan pada Danish *Car Wash* Sumedang dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Upaya Apa yang Dilakukan Perusahaan Untuk Menigatasi Hambatan.

#### **1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan masukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan yang diberikan Danish Car Wash.

2. Kegunaan Teoritis

- a. Hasil-hasil informasi dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran untuk mengembangkan pengetahuan khususnya mengenai manajemen pemasaran
- b. Sebagai bahan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut tentang topik yang sama dengan penelitian yang dilakukan.

#### **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Tempat yang dipilih sebagai lokasi penelitian ini adalah Danish Car Wash Sumedang yang beralamat di Jl. Pangeran Kornel No.9 Sumedang Jawa Barat.



