

BAB I

PENDAHULUAN

Pada Bab I Pendahuluan ini menjelaskan pembahasan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan batasan masalah pada penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini.

1.1 Latar Belakang

Pada masa globalisasi industri 4.0 terkini perkembangan dan persaingan usaha baik di bidang pelayanan jasa maupun non jasa semakin ketat. Persaingan tersebut berasal dari berkembangnya perekonomian secara menyeluruh seiring dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan baik dalam lingkup domestik maupun internasional. Maka dari itu, perusahaan dituntut agar dapat menciptakan jasa atau produk berkualitas untuk memuaskan dan memenuhi keinginan pelanggan serta dapat meraih profit yang besar untuk perusahaan tersebut. Kinerja yang baik (*Good Performace*) dan kualitas produk atau kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi konsumen untuk memilih perusahaan dengan pelayanan terbaik.

Kinerja didefinisikan sebagai pencapaian hasil kerja seseorang atau sekelompok orang dalam organisasi yang sesuai dengan tugas dan tanggungjawab masing-masing untuk mencapai tujuan organisasi secara resmi, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan etika moral (Suyadi dalam Utami, 2013). Kinerja seorang pekerja akan tampak dan berdampak pada saat proses pelayanan berlangsung, hal ini dapat dijadikan dasar penilaian pelanggan terhadap kualitas suatu perusahaan dan loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa atau produk perusahaan tersebut.

Kualitas sendiri dapat diartikan sebagai jaminan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggan dan digunakan sebagai indikator persaingan antar perusahaan. Dalam pengertian lain, kualitas dianggap sebagai derajat yang dicapai oleh karakteristik berkaitan dengan memenuhi persyaratan pasar atau pelanggan. Termasuk didalamnya adalah kualitas dari pelayanan jasa yang diberikan, karena kualitas dari pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut bertujuan memenuhi keinginan pelanggan agar merasa puas (Lubis, Andayani. 2017). Ketatnya perkembangan

usaha di bidang jasa pada masa kini mengharuskan perusahaan memberikan nilai lebih untuk bersaing selain dari pelayanan terbaik dengan peningkatan kualitas secara berkala dapat juga ditawarkan dari segi pelayanan, lokasi, harga, kemudahan melakukan transaksi dan suasana.

PT Citra Margatama Surabaya (PT CMS) merupakan salah satu anak perusahaan PT Citra Marga Nusaphala Persada Tbk (PT CMNP) yang bergerak di bidang pelayanan jasa jalan tol atau yang lebih dikenal sebagai Badan Usaha jalan Tol (BUJT) di kota Surabaya, dimana perusahaan ini bekerja sebagai investor sekaligus operator Jalan Tol Simpang Susun Waru – Bandara Juanda sepanjang 12 Kilometer. Kegiatan pelayanan jasa yang dilakukan di PT CMS adalah melayani transaksi pembayaran di jalan tol, melayani pengguna jalan (konsumen) yang mengalami kendala di sekitaran ruas jalan tol, bekerja sama dengan instansi atau perusahaan terkait penyediaan tenaga kerja serta perawatan ruas jalan tol.

Sebagai salah satu BUJT di di kota Surabaya PT CMS tentu harus bersaing dengan beberapa perusahaan BUJT lainnya untuk memenangkan persaingan penyedia layanan terbaik dan menarik pelanggan agar menggunakan jasa yang diberikan sehingga perusahaan dapat meraih profit yang besar. Dalam usaha persaingannya perusahaan menghadapi berbagai macam tantangan, dimulai dari persaingan dengan perusahaan lain hingga permasalahan dari perusahaan sendiri yaitu jumlah pelanggan yang belum mencapai target perusahaan. Jika ditilik dari permasalahan internal PT CMS, hal tersebut berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Walaupun data perusahaan terjadi peningkatan pelanggan setiap tahunnya rata-rata sebesar 5% dan PT CMS telah meraih penghargaan tiga periode kategori BUJT pemberi pelayanan jalan tol terbaik tetapi nilai tersebut masih dibawah ekspektasi perusahaan. Hal tersebut tentu menjadi fokus utama PT CMS agar tetap menjadi BUJT terbaik dan berupaya agar peningkatan pelanggan sesuai dengan harapan perusahaan.

Kepuasan pelanggan diartikan sebagai penilaian baik yang diberikan pelanggan terhadap rasa puas akan pelayanan sesuai dengan yang dingiinkan oleh pelanggan. Penerapan prinsip pelayanan prima untuk kepuasan pelanggan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang selanjutnya berlaku prinsip *mouth to mouth* untuk meningkatkan jumlah pelanggan secara berkala dan

signifikan. Akan sulit untuk menilai dan mengukur kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa, jika perusahaan tidak memahami betul harapan pelanggan. Kepuasan merupakan sikap yang diambil berdasarkan pengalaman yang telah dilalui dan suatu penilaian tentang ciri atau kelebihan jasa atau produk sehingga tersedia tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan melalui kualitas, pelayanan dan nilai pelanggan guna menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan (Lubis, Andayani.2017). Tingginya loyalitas pelanggan akan berdampak positif terhadap peningkatan konsumen dan pertambahan profit perusahaan.

Loyalitas pelanggan diartikan sebagai pilihan yang dilakukan pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk atau layanan dari merek tertentu dibandingkan merek yang lain dalam satu kategori produk atau layanan (Giddens dalam Rahmati, 2012). Loyalitas jelas menggambarkan kepuasan pelanggan terhadap suatu perusahaan dan dapat digunakan sebagai dasar evaluasi perusahaan dalam rangka perbaikan kualitas pelayanan dan mencapai tujuan perusahaan.

Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian pengaruh tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap kinerja dan kualitas pelayanan di PT Citra Margatama Surabaya. Penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi peningkatan kinerja dari PT CMS. Penelitian ini perlu dilaksanakan untuk mengukur seberapa baik pelayanan yang telah diberikan dan untuk mengetahui sejauh mana pelayanan yang telah diberikan oleh PT CMS selama ini, yang akan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggannya.

Permasalahan yang diketahui bahwa terdapat peningkatan loyalitas pelanggan terhadap PT CMS namun nilai tersebut belum mencapai target perusahaan. Hal ini mengharuskan perusahaan terus melakukan perbaikan dan peningkatan kinerja agar dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan lebih signifikan. Dengan menggunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*) model regresi berganda diharapkan perusahaan dapat mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan yaitu kualitas pelayanan, harga jasa, dan jenis layanan yang ditawarkan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan guna mengantisipasi kebutuhan juga keinginan konsumen sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi yang tepat untuk menangani keluhan

pelanggan, meningkatkan layanan dan mampu mengestimasi kemungkinan hubungan sebab akibat pada permasalahan yang muncul, agar tujuan perusahaan dapat tercapai dan terus berkembang di masa depan.

1.2 Rumusan Masalah

Beberapa permasalahan yang timbul dari uraian diatas terlihat masih terdapat tujuan perusahaan yang belum tercapai berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Sehingga rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana hubungan tingkat kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT CMS ?
2. Bagaimana hubungan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja PT CMS ?
3. Bagaimana hubungan loyalitas pelanggan terhadap kinerja PT CMS ?
4. Bagaimana hubungan tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan PT CMS ?
5. Bagaimana hubungan loyalitas pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT CMS ?
6. Bagaimana hubungan kinerja terhadap kualitas pelayanan PT CMS ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini diambil berdasarkan rumusan masalah, antara lain sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui hubungan tingkat kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan PT CMS.
2. Untuk mengetahui hubungan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja PT CMS.
3. Untuk mengetahui hubungan pengaruh loyalitas pelanggan terhadap kinerja PT CMS.
4. Untuk mengetahui hubungan pengaruh tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT CMS.
5. Untuk mengetahui hubungan pengaruh loyalitas pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT CMS.

6. Untuk mengetahui hubungan pengaruh kinerja terhadap kualitas pelayanan PT CMS

1.4 Manfaat Penelitian

1. Perusahaan
 - a. Memberikan masukan dan bahan evaluasi bagi PT CMS untuk meningkatkan kinerja dan kualitas proses pelayanan.
 - b. Memberikan wawasan baru bagi PT CMS dalam tata cara meningkatkan metode untuk kinerja dan kualitas proses pelayanan dari PT CMS.
 - c. Membantu dan memberi informasi sebagai bahan pertimbangan PT CMS dalam menentukan kebijakan permasalahan perusahaan sehingga dapat memperoleh hasil sesuai dengan target perusahaan
2. Peneliti

Penelitian ini merupakan penerapan ilmu yang didapatkan selama kuliah pada kondisi nyata atau sesungguhnya pada perusahaan dan juga digunakan untuk menambah wawasan penerapan metode *Path Analysis*.

1.5 Batasan Penelitian

Luasnya pokok pembahasan pada penelitian ini, maka berikut adalah ruang lingkup penelitian yang diterapkan penulis :

1. Penelitian tidak dilakukan selain di departemen Manajemen Gerbang Tol PT Citra Margatama Surabaya
2. Pengambilan penelitian tidak dilakukan selain di wilayah yang berdekatan dengan pintu tol PT CMS yaitu wilayah Menanggal, Rungkut, Tambak Sumur dan Juanda,

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian skripsi ini terdiri dari beberapa bab dimana setiap bab memiliki keterkaitan dengan bab sebelumnya. Sistematika penulisan yang digunakan pada penulisan skripsi ini adalah sebagaimana berikut ini :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang melakukan penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian dan juga sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka dan metode yang digunakan dan sebagai acuan dalam penelitian skripsi dan juga beberapa teori yang menunjang pada penelitian ini. Tinjauan pustaka yang dibahas antara lain mengenai konsep pelayanan jasa, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, konsep kualitas pelayanan, kinerja pelayanan dan metode *path analysis* serta beberapa aspek yang mencakup pengertian, landasan dan tahap implementasi ukuran atribut dan *tools* yang digunakan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai langkah-langkah dalam melakukan penelitian secara sistematis. Metodologi penelitian ini berguna sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian, sehingga penyelesaian objek permasalahan dalam penelitian berjalan secara sistematis dan sesuai dengan tujuan.

BAB IV ANALISA HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas mengenai keterkaitan antar faktor-faktor dari data yang diperoleh dari masalah yang diajukan selanjutnya menyelesaikan masalah tersebut dengan metode yang diajukan dan juga menganalisis proses maupun hasil penyelesaian masalah.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini membahas kesimpulan dan juga saran sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan. Bab ini juga berisi mengenai rekomendasi untuk dapat mengembangkan penelitian dikemudian hari.