

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Gambaran Umum Objek**

Bisnis jasa pencucian mobil atau *car wash* belakangan ini sangatlah menjanjikan. Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya pemilik kendaraan bermotor yang memadati jalan-jalan di setiap daerah di Indonesia khususnya di ibukota. Bagi beberapa kalangan, jasa pencucian mobil ini sangatlah berguna terutama pada orang yang sibuk atau malas mencuci kendaraannya sendiri. Bahkan sebagian orang juga menganggap ini sebagai sebuah kebutuhan.

#### **1.1.1. Profil Benz Auto Car Wash**

Jenis usaha : Jasa  
Nama Perusahaan : CV. Benz Automotive Care  
Logo Perusahaan : Benz Auto Car Wash & Salon  
Nama Pemilik : Muhammad Iqbal  
Lokasi : Jl. Pahlawan no.81, Rempoa, Tangerang Selatan  
Telepon : (021) 8416935

#### **1.1.2. Sejarah Perusahaan**

Benz Auto Car Wash & Salon adalah sebuah perusahaan jasa pencucian mobil yang mengusung konsep “kilat tapi bersih”. Benz Auto Car Wash & Salon menjadi pilihan tepat bagi mereka yang hanya memiliki waktu singkat namun tetap peduli dengan kebersihan. Dengan teknik yang cepat tapi tetap tapi tetap mengutamakan kebersihan, bangunan yang terletak di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau ini berusaha memberikan pelayanan yang memuaskan.

Benz Auto Car Wash & Salon membuka gerainya pada bulan Juli Tahun 2011 di Rempoa, Tangerang Selatan. Awalnya pemilik ingin membangun sebuah usaha pencucian mobil atau *car wash* karena beliau melihat bisnis *car wash* merupakan peluang bisnis yang menjanjikan. Nama Benz Auto Car Wash & Salon sendiri berasal dari pemiliknya yang hobi sebagai kolektor mobil Mercedes-Benz, dari situ muncul ide “Benz” sebagai nama dari usaha *car wash* nya. Selain jasa pencucian mobil, Benz Auto Car Wash & Salon juga di sertai dengan fasilitas salon mobil yang lengkap dengan beberapa bentuk layanan yang diberikan antara

lain interior, eksterior, *Vacuum, Wax*, Cuci Mesin, Polis kaca, *Paint Protection* dan sebagainya dengan harga lebih minimal.

Ternyata beberapa fasilitas yang ditawarkan oleh Benz Auto Car Wash & Salon ini berbuah respon yang positif dari masyarakat dan pengguna jalan sekitar. Memang di daerah sekitar Benz Auto Car Wash & Salon ini laris manis dan diserbu oleh para pelanggan, tak heran Benz Auto Car Wash & Salon Ini bisa melayani sekitar rata-rata 15-20 mobil per harinya.

Pada awal berdirinya Benz Auto Car Wash & Salon hanya memiliki 13 orang karyawan yaitu terdiri dari 9 orang yang bertugas mencuci dan 4 orang bertugas sebagai staf di kantor. Seiring waktu berjalan, pelanggan Benz Auto Car Wash & Salon ini mulai bertambah. Sehingga pemilik pun menambah jumlah pekerjanya yang bertugas untuk mencuci menjadi 15 orang. Sampai saat ini Benz Auto Car Wash & Salon telah mempekerjakan 19 orang karyawan.

#### **1.1.3. Visi dan Misi Perusahaan**

Visi : Menjadi perusahaan jasa pencucian mobil terpercaya dan berkualitas nomor satu di Indonesia

Misi :

1. Memprioritaskan kepuasan konsumen.
2. Memberikan pelayanan yang ramah, sopan, beretika dan terpercaya.
3. Selalu berusaha memberikan layanan yang prima.
4. Membangun hubungan bisnis yang baik dengan pelanggannya

Motto : “ every costumers is our asset”

#### **1.1.4. Struktur Organisasi**

Di bawah ini merupakan struktur organisasi yang dimiliki oleh Benz Auto Car Wash & Salon :



Sumber : Benz Auto Car Wash & Salon

**Gambar 1.1**

**Struktur Organisasi Benz Auto Car Wash & Salon**

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat diketahui secara jelas hubungan wewenang, tanggung jawab, serta tugas dari setiap anggota. Uraian masing-masing tugas dari struktur organisasi diatas adalah sebagai berikut :

a. OWNER

Bertugas sebagai pengambil keputusan yang sangat penting di dalam perusahaan.

b. SDM & KEUANGAN

Bertanggung jawab kepada owner atas pelaksanaan tugasnya. Bertugas memberikan pelatihan -pelatihan terhadap karyawan dan mengevaluasi keuangan.

c. MARKETING & OPERASIONAL

Bertanggung jawab terhadap owner atas pelaksanaan tugasnya. Bertugas mengkoordinir semua kegiatan operasional perusahaan.

d. STAF ADMINISTRASI & KEUANGAN

Bertanggung jawab terhadap direktur SDM & KEUANGAN atas pelaksanaan tugasnya. Bertugas mengatur dan mengontrol semua kegiatan administrasi dan keuangan perusahaan.

e. STAF PELAKSANA / KARYAWAN

Bertanggung jawab kepada konsumen terhadap pelaksanaan pekerjaannya. Bertugas mencuci *body*, *vacuum cleaning*, perawatan interior, poles dan *wax*, poles kaca, cuci mesin, dan *paint protection*.

## 1.2. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan kendaraan bermotor khususnya mobil pribadi di Indonesia belakangan ini sangat berkembang dengan pesat. Berbagai macam merk, model, dan harga mobil tersedia di Indonesia. Mungkin hal tersebut yang mempengaruhi masyarakat untuk memiliki mobil pribadi ketimbang menggunakan transportasi umum. Kehidupan masyarakat di kota-kota besar khususnya kota Jakarta yang seakan-akan tidak pernah berhenti dengan kesibukannya, membuat mereka lupa atau malas terhadap hal-hal kecil seperti mencuci mobilnya sendiri.

Dengan menggunakan jasa pencucian mobil atau *car wash* tentunya akan memberikan kemudahan bagi masyarakat kota Jakarta yang selalu sibuk dengan pekerjaannya. Jasa pencucian mobil di kota Jakarta sendiri sudah sangatlah menjamur. Mulai dari berbagai macam harga dan fasilitas yang ditawarkan oleh para pelaku bisnis jasa pencucian mobil. Benz Auto Car Wash & Salon adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pencucian mobil atau *car wash* dimana dalam menjalankan usahanya berusaha memaksimalkan kualitas jasa yang diberikan. Dengan mengusung konsep kilat tapi bersih, Benz Auto Car Wash & Salon menjadi pilihan yang tepat bagi orang-orang yang sibuk tapi tetap peduli dengan kebersihan kendaraannya. Selain jasa pencucian mobil, Benz Auto Car Wash & Salon juga di sertai dengan fasilitas salon mobil yang lengkap dengan beberapa bentuk layanan yang diberikan antara lain interior, eksterior, *Vacuum*, *Wax*, Cuci Mesin, Polis kaca, *Paint Protection* dan sebagainya dengan harga lebih minimal.

Benz Auto Car Wash & Salon juga memberlakukan program keanggotaan kepada para pelanggannya. Pada tahun pertama awal berdirinya Benz Auto Car Wash & Salon di tahun 2011, Benz Auto Car Wash & Salon belum memberlakukan program keanggotaan kepada para pelanggannya. Seiring waktu berjalan, dengan semakin bertambahnya jumlah pelanggan yang datang untuk mencuci kendaraannya di Benz Auto Car Wash & Salon, kemudian dengan melihat kondisi tersebut di tahun kedua di tahun 2012 sang pemilik ingin

memberlakukan program keanggotaan ini bagi para pelanggannya. Dengan menjadi anggota di Benz Auto Car Wash & Salon ini apabila mencuci sebanyak 8 kali maka pelanggan akan mendapatkan gratis mencuci satu kali.

Untuk mengetahui permasalahan yang terjadi di lapangan, peneliti mencoba melakukan wawancara dan observasi awal terlebih dahulu kepada pemilik dan pelanggan Benz Auto Car Wash & Salon. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik mengatakan bahwa pengunjung masih banyak yang belum bersedia menjadi member sehingga member dari Benz Auto Car Wash & Salon tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2012 member Benz Auto Car Wash & Salon berjumlah 100 member, sedangkan pengunjung yang datang per tahunnya sekitar 3.650. Pada tahun 2013 sampai saat ini Benz Auto Car Wash & Salon memiliki 250 member artinya peningkatan yang terjadi hanya 150 member atau 2,4% dari jumlah pengunjung yang datang per tahun. Ini menunjukkan bahwa loyalitas masih rendah.

Peneliti juga melakukan wawancara mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan kepada 10 responden yang telah menggunakan jasa Benz Auto Car Wash & Salon. Pertanyaan yang diajukan berupa pertanyaan-pertanyaan yang menyangkut tentang dimensi-dimensi yang terdapat di dalam kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

Untuk kualitas pelayanan didapat hasilnya sebagai berikut :

1. 6 dari 10 orang responden mengeluhkan ketepatan waktu pencucian.
2. 7 dari 10 orang responden mengeluhkan bahwa pegawai tidak mengerti akan keinginan dari konsumen, masih bersifat umum akan keinginan dari konsumen.
3. 5 dari 10 responden menganggap bahwa masih rendahnya keinginan dari karyawan Benz Auto Car Wash & Salon untuk membantu dan memberikan pelayanan yang tanggap.

Hasil dari wawancara terhadap 10 responden, diasumsikan tidak semua responden rajin mengunjungi Benz Auto Car Wash & Salon. Dari 10 responden, sebesar 40% (4 responden) merefrensikan pelayanan Benz Auto Car Wash & Salon kepada orang lain. Tingkat persenan yang rendah untuk merefrensikan dari pelayanan Bens Auto Car Wash & Salon membuat peneliti ingin melakukan penelitian. 30 % (3 responden) melakukan pembelian rutin dikarenakan responden dekat dengan lokasi dari Bens Auto Car Wash & Salon dan 20 % (2

responden) hanya kebetulan lewat sehingga menginginkan untuk mencoba jasa dari Bens Auto Car Wash & Salon.

Berdasarkan teori kualitas jasa Menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (dalam Tjiptono & Chandra, 2011) terdapat 5 dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*). Keadaan yang sebenarnya terjadi di Benz Auto Car Wash & Salon sebaiknya harus sesuai dengan teori kualitas jasa menurut Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (dalam Tjiptono & Chandra, 2011) dan ekspektasi pelanggan. Namun, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada pemilik dan pelanggan Benz Auto Car Wash & Salon ternyata masih terdapat *Gap* / perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Benz Auto Car Wash & Salon dengan ekspektasi pelanggan. Maka peneliti tertarik untuk menulis dan menyusun sebuah karya ilmiah yang berjudul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Benz Auto Car Wash & Salon** ” Peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan Benz Auto Car Wash terhadap loyalitas pelanggannya. Peneliti juga ingin kualitas pelayanan jasa Benz Auto Car Wash & Salon akan terus berinovasi untuk menciptakan suatu loyalitas dari pelanggan. Sehingga terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman.

### **1.3. Perumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diambil beberapa permasalahan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan :

1. Bagaimana kualitas pelayanan jasa Benz Auto Car Wash menurut responden?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan terhadap Benz Auto Car Wash?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan Benz Auto Car Wash terhadap loyalitas pelanggannya?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan :

1. Mengetahui tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan Benz Auto Car Wash.

2. Mengetahui loyalitas pelanggan pada Benz Auto Car Wash.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas Benz Auto Car Wash.

### **1.5. Kegunaan Penelitian**

#### **1. Kegunaan Akademis**

Diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak lain yang ingin menggunakannya sebagai bahan pertimbangan atau referensi dalam kegiatan penelitian atau karya ilmiah yang lain.

#### **2. Kegunaan Teoritis**

Untuk mengembangkan dan menerapkan ilmu tentang pemasaran yang selama ini didapat di perkuliahan serta membandingkannya dengan kenyataan yang terjadi di lapangan

#### **3. Kegunaan Praktis**

Dengan adanya tambahan informasi ini diharapkan agar perusahaan mampu menyusun strategi yang lebih baik dalam hal pengelolaan perusahaan, sehingga mampu menciptakan suatu pelayanan jasa yang berkualitas sesuai dengan persepsi pelanggan.

### **1.6. Sistematika Penelitian**

Dalam penelitian ini, sistematika penelitiannya dibagi menjadi lima bab, yang akan diuraikan sebagai berikut:

## **BAB I Pendahuluan**

Penelitian ini diawali dengan penjelasan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penelitian.

## **BAB II Tinjauan Pustaka**

Bab ini menguraikan tentang landasan-landasan teori seperti teori mengenai pengertian jasa, kualitas jasa, karakteristik jasa, serta kepuasan pelanggan. Sebagai acuan akan diuraikan juga penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini.

### **BAB III Metode Penelitian**

Pada bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian yang digunakan, operasional variabel, pengukuran skala, teknik pengumpulan data, teknik sampling, analisis data, serta pengujian hipotesis.

### **BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada bab ini akan dijelaskan cara pengumpulan data melalui kuisisioner yang disebarkan dan telah diisi oleh responden serta pengolahannya mengenakan metode yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu, pada bab ini akan dijelaskan mengenai analisa dari hasil pengolahan data responden dan data penelitian berdasarkan data yang diperoleh.

### **BAB V Penutup**

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan di Bab IV, maka akan dibuat kesimpulan dari penelitian ini serta saran dan rekomendasi terhadap perusahaan.