

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di tengah ketatnya persaingan secara global, Pertamina terus menerus meningkatkan kualitas dalam memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya. Itu diwujudkan dalam pemberian pelatihan yang komprehensif kepada operator dan pengawas SPBU. Tak hanya berhenti di situ, Pertamina terus menerus melakukan terobosan yang bermuara pada kepuasan konsumen. Salah satu upaya untuk meningkatkan daya saing SPBU Pertamina adalah dengan memperbaiki standar fasilitas dan pelayanan yang tersedia di SPBU Pertamina, sesuai dengan konsep Pertamina Way, yang meliputi: (1) Staf yang terlatih dan bermotivasi: meliputi penampilan, pelayanan pelanggan, dan penanganan keluhan; (2) Jaminan kualitas dan kuantitas: jaminan ketepatan takaran dan mutu BBM yang dijual; (3) Pengetahuan produk: penawaran produk dan pelayanan tambahan yang selaras dengan strategi Pertamina; (4) Format fisik yang konsisten: tampilan visual yang sesuai dengan standar dan strategi Pertamina; (5) Peralatan yang terawat baik: perawatan, *preventive maintenance*, *breakdown maintenance* (Erlando, 2008: 1).

Suatu kualitas pelayanan merupakan kualitas yang harus dihubungkan dengan harapan pelanggan dan memuaskan pelanggan, dengan kata lain adalah penting mendengarkan suara pelanggan kemudian membantunya untuk memformulasikan kebutuhannya. Kemampuan profesional para pemberi jasa

diuji pada bagian ini, sehingga unit layanan dalam menghasilkan produk jasa harus sesuai dengan harapan pelanggan. Pelangganlah yang berhak menilai kualitas dengan membandingkan apa yang diterima dan yang diharapkan.

Untuk mencapai suatu pelayanan yang prima pihak perusahaan haruslah memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan, menguasai pekerjaannya baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, mampu mengerti dan memahami bahasa isyarat (*gesture*) pelanggan serta memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara profesional.

Mowen (dalam Tjiptono, 2006: 349), merumuskan kepuasan konsumen sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan (*acquisition*) dan pemakaiannya. Dengan kata lain, kepuasan konsumen merupakan penilaian evaluatif purna beli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik. Sistem informasi kualitas pelayanan (*service quality information system*) merupakan sistem yang mengintegrasikan berbagai macam ancaman riset secara sistematis dalam rangka mengumpulkan dan menyebarkan informasi kualitas layanan guna mendukung pengambilan keputusan.

Parasuraman, *et.al.* (1985) mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok layanan: reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan dan bukti fisik.

Gronroos (1990) membagi dimensi kualitas menjadi profesionalisme dan keterampilan, sikap dan perilaku, aksesibilitas dan fleksibilitas, reliabilitas dan *trustworthiness*, *recovery*, reputasi dan kredibilitas serta *serviscape* (Tjiptono, 2012: 198)

Dalam memberikan pelayanan yang prima sebagai usaha untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan, pihak produsen jasa dapat berpedoman pada variabel pelayanan prima (*service excellence*) yang dijelaskan oleh beberapa penulis. Menurut Barata (2004: 31) pelayanan prima (*service excellence*) terdiri dari 6 unsur pokok, antara lain: kemampuan (*Ability*), sikap (*Attitude*), penampilan (*Appearance*), perhatian (*Attention*), tindakan (*Action*), dan tanggung jawab (*Accountability*). Sedangkan menurut Tjiptono (2012: 175) pelayanan prima (*service excellence*) terdiri dari 4 unsur pokok, antara lain: kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan.

Berdasarkan uraian tersebut penulis hanya membatasi pada unsur pokok dalam penelitian ini antara lain: kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, tanggung jawab, ketepatan, dan kenyamanan. Sehingga penelitian ini berjudul: “Analisis Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellence*) terhadap Kepuasan konsumen (Studi pada SPBU Pertamina 44.577.07 Sendang Mulyo Karanganyar)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh secara parsial pelayanan prima (*service excellence*) terhadap kepuasan konsumen SPBU Pertamina 44.577.07 Sendang Mulyo Karanganyar?
2. Apakah terdapat pengaruh secara simultan pelayanan prima (*service excellence*) terhadap kepuasan konsumen SPBU Pertamina 44.577.07 Sendang Mulyo Karanganyar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui, menganalisis, menguji dan membuktikan secara empiris pengaruh variabel dalam pelayanan prima (*service excellence*) terhadap kepuasan konsumen SPBU Pertamina 44.577.07 Sendang Mulyo Karanganyar.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi SPBU

Memberikan sumbangan pemikiran kepada manajemen SPBU dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Peneliti Selanjutnya

Memberikan bahan masukan tentang penelitian yang bertema pengaruh pelayanan prima (*excellent service*) terhadap kepuasan konsumen SPBU.

E. Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah dan menjelaskan arah tujuan penelitian ini, maka penelitian menggunakan sistematika sebagai berikut:

Pada awal penelitian berisi tentang halamanan depan, halaman pengesahan, halaman keaslian skripsi, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstraksi

Pada isi penelitian berisi tentang bab-bab isi penelitian yang membahas tentang:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang kajian teori, meliputi: pemasaran jasa, pelayanan prima, kepuasan konsumen; kajian penelitian terdahulu dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini terdiri dari kerangka pemikiran, definisi operasional variabel dan indikator, rancangan penelitian dan pengukuran, populasi dan sampel metode pengumpulan data serta metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan, analisis data dan pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, saran-saran yang perlu disampaikan baik untuk objek penelitian maupun untuk penelitian selanjutnya.

Pada penutup penelitian berisi tentang daftar isi, lampiran-lampiran hasil penelitian.