

I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Pada prinsipnya setiap perusahaan dalam menjual produk-produknya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik.. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan.dengan mengetahui seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan konsumen. Perusahaan pembiayaan konsumen yang termasuk perusahaan pembiayaan otomotif di Indonesia melihat adanya potensi bisnis yang berkembang dengan cepat salah satunya adalah PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk cabang Bandar Lampung

PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk cabang Bandar Lampung merupakan sebuah perusahaan jasa keuangan yang sedang berkembang sehingga memerlukan langkah-langkah guna meningkatkan kepuasan nasabahnya dengan menjalankan usaha penjualan secara angsuran kepada para konsumen bermotor untuk semua merek, di Cabang Bandar Lampung Adira Finance didirikan pada tahun 1993 di Jl. Gajah Mada No.60 Bandar Lampung. Pada awalnya PT Adira Dinamika Multi

Finance Tbk Cabang Bandar Lampung hanya menyediakan produk kendaraan roda dua yang kemudian bertambah dengan produk elektronik dan lainnya.

PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk yang lebih dikenal Adira Finance telah menikmati pertumbuhan yang tinggi dalam kinerjanya selama 5 tahun terakhir kendati penjualan otomotif mengalami koreksi di tahun 2006 dengan rata-rata pertumbuhan pembiayaan lebih dari 40% per tahun, baik untuk kendaraan bermotor roda dua maupun roda empat, Adira Finance telah berhasil melampaui pertumbuhan industri otomotif. Pertumbuhan ini telah dicapai dengan menerapkan manajemen risiko yang penuh kehati-hatian walaupun lingkungan ekonomi makro pada tahun 2006 tidak cukup kondusif untuk mendukung kualitas aktiva yang sehat, Adira Finance telah berhasil mengatasi kemungkinan penurunan kualitas aktiva melalui perbaikan yang berkesinambungan dalam praktek manajemen risikonya.

Proses prosedur pembiayaan Adira Finance menggunakan sistem non *Avalis* yaitu dealer/*supplier* bukan penjamin atas kredit yang diberikan kepada *costomer* akan tetapi hanya penyedia barang atau kendaraan yang akan dikreditkan kepada *lessee/customer* sehingga semua resiko kemacetan yang terjadi akan ditanggung oleh Adira Finance sesuai dengan perjanjian kontrak. Proses pembiayaan *system non avalist* dimulai dari pengajuan aplikasi dari konsumen melalui dealer kepada Adira Finance. Surveyor akan dilakukan survey untuk melihat data-data dan persyaratan kelengkapan yang akan dibuat laporan. Hasil survey tersebut dan akan diserahkan kepada bagian Komite Kredit yang akan memproses hasil laporan

surveyor dengan mempertimbangkan keputusan dari Manager Marketing, General Manager, dan Direksi yang kemudian diserahkan kepada bagian Customer Service yang akan memberikan informasi kepada dealer untuk konsumennya apakah pengajuan pembiayaan diterima atau ditolak.

Banyaknya perusahaan sejenis yang bergerak dalam bidang jasa pembiayaan telah memberi dampak pada semakin ketatnya persaingan, sehingga dapat mempengaruhi pasar sasaran walaupun Adira Finance telah memiliki *lisensi* dari setiap pengajuan kredit pembiayaan kendaraan roda dua. Keadaan ini berpengaruh terhadap fluktuasi volume penjualan perusahaan karena banyaknya perusahaan yang bersaing dari segi pelayanan. Untuk melihat apakah ada pengaruh yang positif dari hubungan pelayanan terhadap kinerja perusahaan yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Berikut Tabel I penjualan PT Adira Dinamika Multi Finance, Tbk Lampung

Tabel. 1 Pangsa pasar motor Roda dua yang diperoleh melalui finance Bandar Lampung Periode 2005 - 2009

Finance	2005 (%)	2006 (%)	2007 (%)	2008 (%)	2009 (%)
FIF	40.43	42.87	52.21	45.23	48.81
ADIRA	27.57	32.89	33.64	31.77	40.61
MAF	7.08	7.04	7.08	7.05	8.23
MCF	7.09	7.23	7.07	7.11	8.19

Sumber : otomotif.co.id 2010

Tabel 2. Volume Penjualan Kendaraan Bermotor Roda Dua PT Adira Dinamika Multi Finance, Tbk cabang Bandar Lampung Periode 2005 - 2009

Merek Motor	2005	2006	2007	2008	2009
--------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Honda	14.356	17.274	19.084	17.416	19.296
Yamaha	13.414	14.470	15.744	13.400	16.536
Suzuki	1.578	1.457	1.432	1.360	1.768
Kawasaki	1.346	1.300	1.228	1.512	1.904
Lain - lain	744	407	512	312	496
Total	31.438	34.908	38.000	34.000	38.408

Sumber : PT Adira Dinamika Multi Finance, Tbk – Lampung, 2010

Tabel diatas menunjukkan bahwa pergerakan penjualan Adira Finance bergerak secara fluktuasi dari tahun 2007-2009. Volume penjualan jasa pembiayaan pada Adira Finance seperti pada Tabel diatas mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya mulai Tahun 2007-2009. Penurunan terjadi pada tahun 2008 yaitu sebesar 34.000 unit motor jika dibandingkan dengan tahun 2007 atau 2009.

Penurunan penjualan dapat disebabkan karena terdapat banyaknya perusahaan yang menawarkan jasa pembiayaan dengan tingkat bunga yang lebih rendah.

Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tangkap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati), *tangible* (kasat mata).

1. Kemampuan mewujudkan janji (*Reliability*)

Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terencana merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Dimensi ini terkait dengan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan yang diterapkan oleh perusahaan harus sesuai dengan janji yang diberikan oleh

perusahaan kepada pelanggannya, apabila hal ini terjadi sebaliknya maka yang kecewa yang berakibat pada beralihnya pelanggan ke produk sejenis lainnya yang menawarkan kualitas yang lebih baik. Janji yang ditawarkan oleh Adira Finance dari tiap pengajuan aplikasi kredit pembiayaan adalah selama 1 minggu konfirmasi dilakukan. Namun pada kenyataannya janji ini sulit dipenuhi oleh perusahaan pengajuan akan terhambat pada syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pelanggan dan terkadang terjadi lempar order ke dealer yang pelanggannya dapat dipengaruhi dengan melihat pada selisih harga beli dibanding dengan dealer yang bersangkutan.

2. Ketanggapan dalam memberikan pelayanan (*Responsiveness*)

Ketanggapan didalam memberikan pelayanan merupakan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini melihat kecekatan dan kepedulian staf perusahaan untuk lebih aktif di dalam memahami keinginan pelanggan dengan memberikan solusi terbaik sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Adira Finance selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dengan melihat terhadap kebutuhan pelanggannya serta meresponnya dengan baik. Namun, pada kenyataan banyak dari para *staf marketing* yang kurang kooperatif terhadap kebutuhan pelanggan yang dalam hal ini diwakili oleh dealer. Sikap yang ditampilkan cenderung tak acuh yang membuat proses aplikasi pengajuan menjadi terhambat sehingga menyulitkan pelanggan untuk mendapatkan kendaraan secara cepat.

3. Kemampuan memberikan jaminan pelayanan (*Assurance*)

Kemampuan memberikan jaminan pelayanan meliputi pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan kepada para pelanggan. Dimensi ini melihat sampai sejauh mana kualitas pelayanan yang diterapkan oleh perusahaan telah menumbuhkan rasa aman dan percaya kepada para pelanggan terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Adira Finance berusaha menjamin kenyamanan dan keamanan pelanggan didalam proses pelayanan jasa agar setiap kebutuhan dapat dipenuhi dengan baik. Hal ini terlihat sebaliknya, banyak aplikasi pengajuan kendaraan secara kredit dilakukan tanpa melalui Adira Finance oleh setiap dealer walaupun pada kenyataannya itu merupakan pelanggaran dari kesepakatan yang dilakukan Adira Finance dengan setiap dealer.

4. Kemampuan untuk memahami kebutuhan pelanggan (*Empathy*)

Kemampuan untuk memahami kebutuhan pelanggan merupakan kesediaan untuk peduli dan memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Adira Finance berusaha untuk lebih memperhatikan setiap pengajuan aplikasi kredit terutama dari dealer – dealer dengan memprioritaskan lebih dibanding aplikasi yang dilakukan dealer lain. Kepedulian yang dilakukan adalah dengan langsung melakukan konfirmasi kepada pelanggan mengenai persyaratan pengajuan kredit dan persyaratan dari dealer untuk mempercepat pengadaan kendaraan. Kebutuhan pelanggan juga termasuk akan pelayanan yang *include* (menyuluruh) termasuk jaminan asuransi dengan premi asuransi yang rendah dan pengenaan *claim* asuransi yang tinggi, yang tidak merugikan dari sisi pelanggan.

5. Tampilan Fisik (*Tangible*)

Tampilan fisik ini meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan materi komunikasi. Dimensi ini melihat semua fasilitas pendukung pelayanan produk yang dilakukan oleh perusahaan. Pengharapan yang timbul dari dimensi ini adalah bagaimana proses pelayanan dapat berjalan dengan baik dan efisien sehingga membuat para pelanggan merasa nyaman. Adira Finance berusaha memberikan kenyamanan pada pelanggannya, tiap karyawan Adira Finance termasuk jajaran direksi masing-masing dilengkapi dengan satu buah pesawat telepon dan satu unit computer. Kantor Adira Finance Cabang Lampung terdapat empat lantai di Jalan Gajah Mada No. 60 Tanjung Karang Timur dengan ruangan memiliki sepuluh buah unit AC dan empat buah toilet .

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka konsumen merasa puas. Kepuasan konsumen dapat diketahui dengan melihat bagaimana Perusahaan sangat menyadari bahwa hubungan yang kuat dan erat dengan mitra usaha dan konsumen merupakan salah satu kunci kesuksesan Perusahaan. Oleh karena itu, Perusahaan senantiasa berupaya menjaga hubungan baik, meningkatkan kepercayaan, serta kepuasan baik dari konsumen maupun mitra usaha dengan memperhatikan kualitas pelayanan.

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen PT.Adira Dinamika Multi Finance Tbk**” (Studi pada **Konsumen pada PT.Adira Dinamika Multi Finance Tbk di Bandar Lampung**)”

I.2 Permasalahan

Keadaan persaingan yang ketat melalui berbagai produk dan pelayanan jasa yang ditawarkan telah membuat suatu peta persaingan usaha yang kompetitif dan rentan sekali terhadap perubahan persepsi pelanggan didalam melakukan permintaan maupun pembelian. Penurunan volume penjualan Adira Finance yang mencapai tingkat terendah selama kurun waktu 2008 yaitu sebesar 34.000 unit telah menunjukan minat menurunnya minat pelanggan menggunakan jasa tersebut. Hal ini dikarenakan refund asuransi yang relatif lebih kecil jika dibandingkan dengan pesaingnya. Selain itu pelayanan yang terkesan memperlambat waktu konsumen dalam mendapat jasa yang diinginkan konsumen. Oleh karena itu, sangat penting Adira Finance memperhatikan kualitas layanannya untuk

mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan jasa itu terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian yang menjadi permasalahannya adalah: “Apakah lima dimensi kualitas layanan jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk Bandar Lampung?”

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian yang tertulis dalam latar belakang masalah, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Adira Finance untuk itu peneliti memberi batasan masalah pada pelayanan yang meliputi : *reliability, responsivness, , assurance, emphaty, dan tangibles*, serta tentang kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk Bandar Lampung.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah :

- 1.4.1 Untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh variabel dari kualitas pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk Bandar Lampung?
- 1.4.2 Untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh dari dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk Bandar Lampung?

1.5 Manfaat Penelitian

Mengenai manfaat dari penelitian ini adalah :

- 1.5.1 Sebagai bahan penilaian dan informasi bagi PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk Bandar Lampung dalam mengambil keputusan dan kebijakan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumennya.
- 1.5.2 Bagi penulis merupakan sarana untuk mempraktekkan teori-teori yang didapatkan selama masa perkuliahan dan sekaligus sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Jurusan Ekonomi Universitas Lampung.

1.6 Kerangka Pemikiran

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan

Kualitas menurut Philip Kotler (2000: 67)

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik yang memungkinkan produk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan.

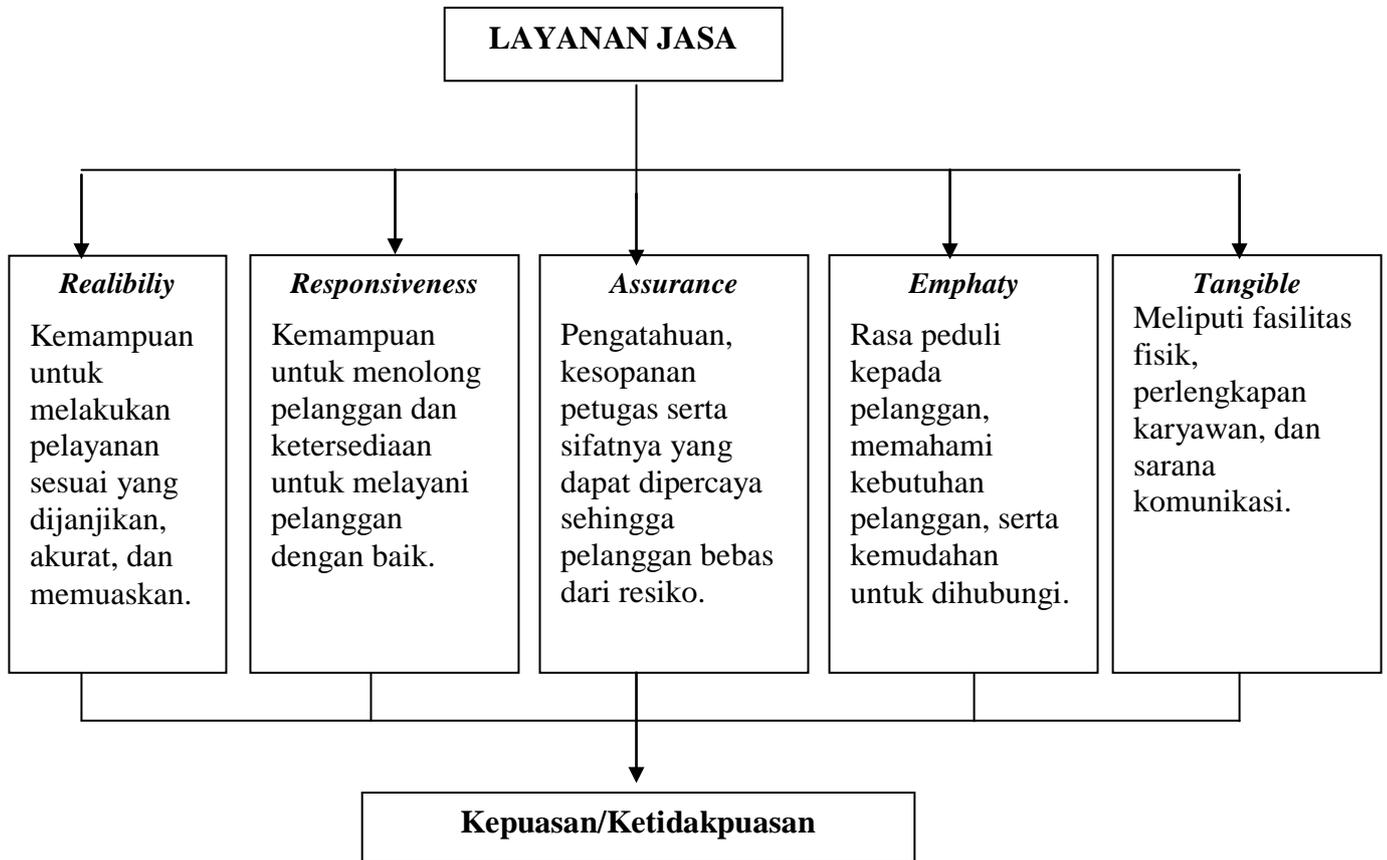
Di dalam memberikan jasa pelayanan terhadap konsumen, terdapat lima kriteria penentu kualitas jasa pelayanan (Philip Kotler 2003:123), yaitu :

- a. **Responsiveness (ketanggapan)**, yakni kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.
- b. **Reliability (keandalan)**, yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan, akurat, dan memuaskan.
- c. **Empathy (empati)**, yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta kemudahan untuk dihubungi.
- d. **Assurance (jaminan)**, yaitu pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan bebas dari resiko.
- e. **Tangibles (bukti langsung)**, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi.

Satu masalah penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan jasa adalah bagaimana perusahaan tersebut dapat mengelola jasa yang sesuai dengan prinsip manajemen yang melibatkan unsur-unsur pemasaran, manusia dan operasi dengan memperhatikan hal-hal tersebut, perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan jasa yang tinggi untuk menggapai persaingan. Apabila jasa yang diharapkan memenuhi atau melebihi harapan, maka konsumen akan menggunakan kembali penyedia jasa tersebut.

Pelanggan adalah bagian penting didalam perusahaan, kepuasan pelanggan menjadi faktor penentu dalam peningkatan laba perusahaan yang pada akhirnya

akan menaikkan citra dan mutu produk yang ditawarkan perusahaan. Bila keadaan ini tidak dikelola dengan baik, kekecewaan pelanggan atas kualitas dan mutu pelayanan akan berakibat kurang baik bagi perusahaan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

1.7 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang kemungkinan benar atau kemungkinan juga salah. Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah, dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkan. Oleh karena itu, pada penulisan laporan ini, penulis akan mengajukan hipotesis sebagai berikut :

”Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel ketanggapan, keandalan, jaminan, empati, dan bukti langsung terhadap kepuasan konsumen”