

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis rental mobil di Indonesia adalah salah satu jenis bidang industri yang dapat tetap bertahan di tengah permasalahan yang ada walaupun sempat mengalami penurunan di kota kecil hingga di kota besar juga (mpm.rent.com:2022). Lalu, dengan membaiknya kondisi terkait pandemi, industri rental mobil di Indonesia pun mulai kembali pulih dengan terdapatnya peningkatan permintaan konsumen dalam menggunakan jasa rental mobil. Berikut alasan mengapa jasa rental mobil di Indonesia mampu bertahan:

Tabel 1. 1 Alasan Rental Mobil Bertahan

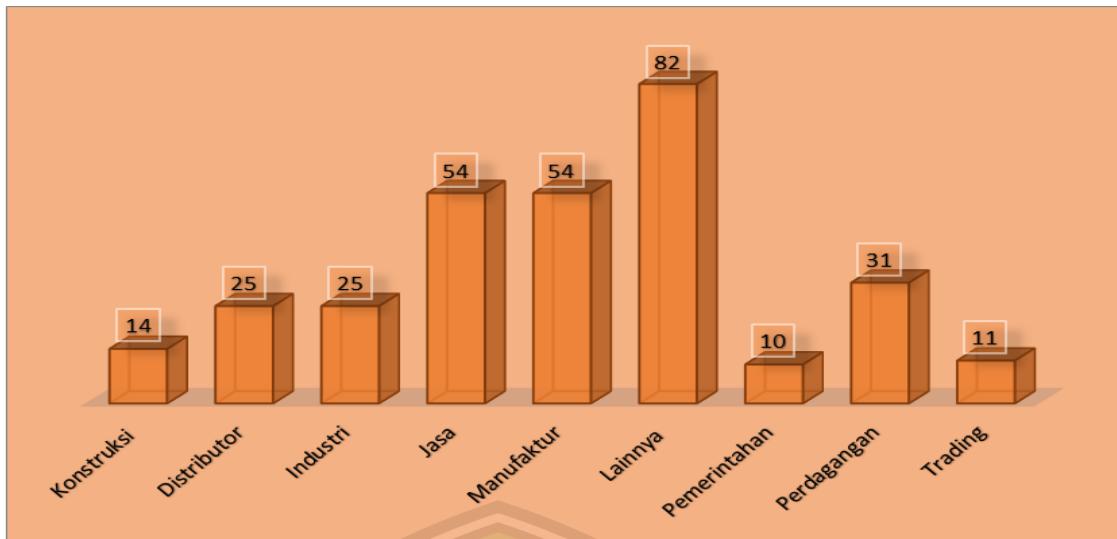
Alasan Bertahan	
Bagi Umum	Bagi Perusahaan
Perbedaan	
Fleksibel dari sisi waktu	Meningkatkan reputasi bisnis
Kapasitas disesuaikan	Menekan anggaran
Persamaan	
Rental mobil merupakan pilihan praktis	
Dapat disesuaikan dengan kota tujuan	

Sumber: mpm rent.com, 2022

Dari tabel diatas terdapat perbedaan dan persamaan alasan bagi umum dan bagi perusahaan setelah indonesia mengalami Pandemi Covid-19 menjadi Endemi. Hal diatas menunjukkan bahwa alasan bagi umum bisnis jasa rental mobil Fleksibel dari sisi waktu yang dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dengan pilihan yang beragam, mulai dari rental mobil bulanan hingga tahunan. Dan juga menunjukkan alasan bagi umum ialah penumpang yang dapat disesuaikan seperti melakukan family trip. Lalu, perbedaan alasan bagi perusahaan terkadang membutuhkan mobil

mewah untuk lifestyle atau keperluan bisnis. Karena, Citra perusahaan akan “Meningkat” jika karyawannya menggunakan mobil mewah. Dan juga bagi perusahaan alasannya adalah rental mobil dapat menekan anggaran agar kegiatan operasional tetap berjalan dan bisnis mendapatkan keuntungan. Karena, Dibandingkan membeli kendaraan operasional dalam jumlah banyak, akan lebih efisien dalam menggunakan jasa rental mobil. Walaupun terdapat alasan yang berbeda bagi umum dan bagi perusahaan namun hal ini terdapat dua persamaan dalam alasan bisnis jasa rental mobil dapat bertahan yaitu menunjukkan bahwa rental mobil merupakan pilihan praktis yang dimana tak perlu melakukan perawatan mobil, penggantian suku cadang, membayar polis asuransi, hingga pajak dan jasa rental mobil dapat disesuaikan dengan kota tujuan sehingga memudahkan bagi perorang untuk mobilisasi selama liburan. Sedangkan, bagi perusahaan berguna untuk menjalankan perjalanan bisnisnya. Dan bagi perusahaan yang membutuhkan kendaraan operasional juga sangat terbantu karena hanya perlu melakukan reservasi dan memiliki kendaraan yang dibutuhkan (mpm rent.com, 2022).

PT.Trans Armada Indonesia atau dengan nama branding yang terkenal *AutoTranz Car Rental* sempat mengalami masa krisis saat masa Pandemi Covid-19. Namun, perusahaan ini mampu keluar dari masa krisis yang telah terjadi. Peneliti melakukan observasi yang dimana PT.Trans Armada Indonesia masih memiliki banyak konsumen terutama peminat industri jasa rental kendaraan yang jangkauan wilayahnya di seluruh Indonesia dengan berbagai jenis bidang industri. Berikut peneliti lampirkan data Pengguna (User) menurut jenis bidang industri:

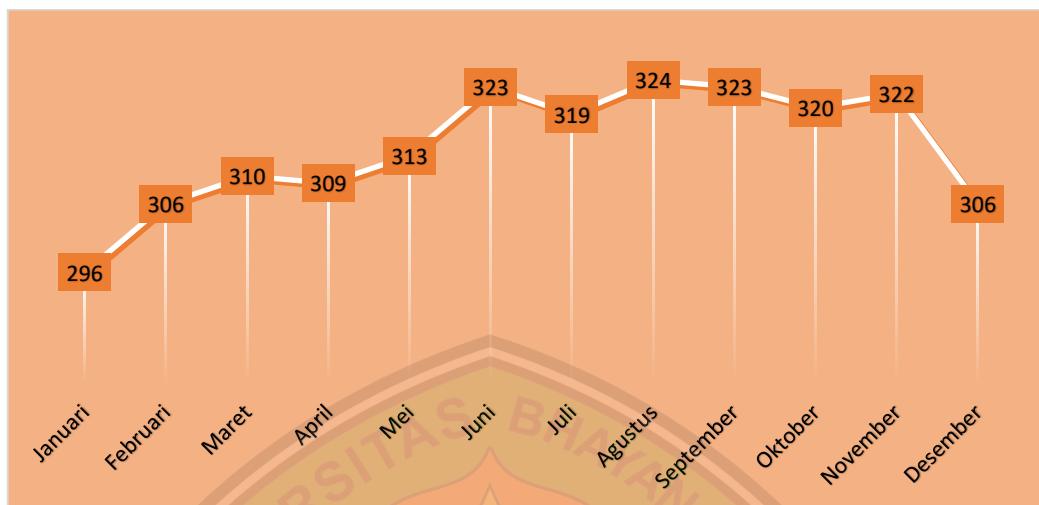


Gambar 1. 1 Laporan Bidang Industri Pengguna (User) Desember Tahun 2023

Sumber: PT.Trans Armada Indonesia Desember Tahun 2023

Dalam Hal ini menunjukkan jumlah konsumen yang menggunakan jasa dari PT. Trans Armada Indonesia, Jakarta Utara pada bulan Desember 2023 memiliki 306 konsumen. Pada gambar 1.1 dapat dilihat bahwa jenis bidang industri tertinggi dalam menggunakan jasa rental mobil PT.Trans Armada Indonesia ialah pada perusahaan jenis bidang industri lainnya seperti industri konsultan, pendidikan, keuangan, kementrian, rumah sakit, pertambangan minyak dan jenis bidang industri lainnya yaitu mencapai angka 82 konsumen. Lalu, peringkat kedua dalam jenis bidang industri yang telah menggunakan jasa rental mobil PT.Trans Armada Indonesia ialah pada bidang Jasa dan Manufaktur dengan mencapai angka 54 konsumen. Kemudian, diperingkat ketiga yaitu jenis bidang industri perdagangan dengan mencapai angka 31 konsumen. Selanjutnya, diperingkat keempat berada pada jenis bidang industri dan distributor dengan mencapai angka 25 konsumen. Yang kemudian, diperingkat kelima ada jenis bidang industri konstruksi dengan mencapai angka di 14 konsumen. Lalu, diperingkat keenam berada pada jenis

bidang industri trading dengan mencapai angka 11 konsumen. Dan yang terakhir ada jenis bidang industri pemerintahan dengan mencapai di angka 10 konsumen.

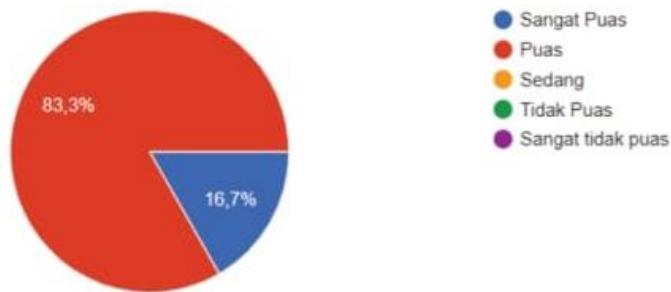


Gambar 1. 2 Laporan Jumlah Penjualan (Purchase Order) Tahun 2023

Sumber: PT.Trans Armada Indonesia Jakarta Utara Tahun 2023

Dilihat dari gambar diatas untuk keseluruhan jumlah penjualan yang telah menggunakan jasa rental mobil dari PT.Trans Armada Indonesia yaitu sebanyak 3.771 penjualan yang terdapat konsumen baru hingga konsumen yang telah melakukan *Repeat Order*. Dengan jumlah keseluruhan konsumen tetap pada tahun 2023 ialah sebanyak 210 konsumen. Pada awal tahun 2023 hingga akhir tahun 2023 jumlah konsumen mengalami instabilitas. Yang dimana pada bulan Januari hingga bulan juni terjadi peningkatan yang tidak signifikan. Kemudian, dapat dipertahankan pada bulan Juni hingga bulan November tahun 2023. Hal ini menunjukkan adanya Kepuasan dari Konsumen atas pelayanan yang diberikan oleh PT.Trans Armada Indonesia.

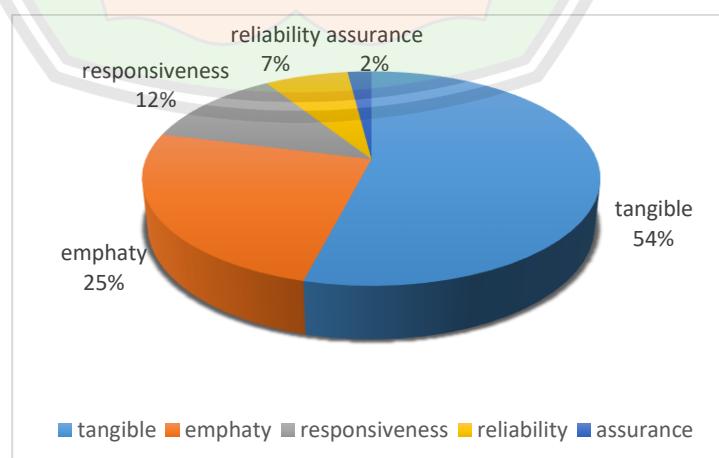
Apakah anda puas dengan layanan AutoTRANZ?



Gambar 1. 3 Laporan Survey Kepuasan Konsumen

Sumber: PT.Trans Armada Indonesia, Jakarta Utara Tahun 2023

Untuk mendukung fenomena diatas, maka peneliti mendapatkan data yang didapatkan langsung oleh Marketing PT. Trans Armada Indonesia guna mengukur tingkat kepuasan konsumen atau user atas Layanan yang diberikan oleh PT.Trans Armada Indonesia. Dan ternyata dari gambar diatas menunjukkan sebanyak 83,3% menjawab Puas dan 16,7% menjawab sangat puas. Yang berarti konsumen atau user PT.Trans Armada Indonesia mendapatkan kepuasan atas Layanan yang diberikan oleh PT.Trans Armada Indonesia, Jakarta Utara.



Gambar 1. 4 Laporan Keluhan User

Sumber: PT. Trans Armada Indonesia, Jakarta Utara Tahun 2023

Dilihat dari gambar 1.4 ternyata PT.Trans Armada Indonesia memiliki beberapa keluhan yang diberikan oleh Konsumen PT.Trans Armada Indonesia. Keluhan tersebut dapat menyebabkan permasalahan kepada perusahaan bidang jasa tersebut. Dari data yang dilampirkan, bahwa keluhan tersebut lebih dominan terhadap Dimensi Kualitas layanan *Tangible* sebesar 54% dan *Emphaty* sebesar 25%. Sedangkan untuk keluhan dari sisi dimensi kualitas layanan lainnya tidak terlalu signifikan. Yang dimana *responsiveness* sebesar 12%, *Reliability* sebesar 7% dan *Assurance* sebesar 2%. Namun hal tersebut dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk memperbaiki Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen kedepannya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Wuryano et al., 2023) memperoleh hasil bahwa *Tangible* dan *Empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan arti jika perusahaan memberikan Fasilitas dan Empati yang maksimal kepada konsumen, maka konsumenpun akan merasa puas. Begitupun dengan pernyataan sebaliknya jika perusahaan tidak dapat memberikan Fasilitas dan Empati yang maksimal kepada konsumen maka konsumen tidak akan merasa puas. Namun. Penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian (Winarni, 2022) yang menyatakan bahwa *Tangible* dan *Empathy* tidak mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya dapat berikan melalui dimensi kualitas layanan seperti *Tangible* dan *Emphaty*. Tetapi, kepuasan konsumen dapat diberikan melalui tiga dimensi kualitas layanan lainnya seperti *Reability*, *Responsiviness*, dan juga *Assurance*.

Berdasarkan research gap diatas, dapat diketahui bahwa meskipun variabel yang diteliti memiliki kesamaan, tetapi masih terdapat perbedaan hasil penelitian antara *Tangible* terhadap Kepuasan Konsumen dan pengaruh *Emphaty* terhadap Kepuasan Konsumen. Peneliti mencoba untuk memperluas dan memperdalam pemahaman mengenai *pengaruh Tangible dan Emphaty Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Trans Armada Indonesia, Jakarta Utara.*

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh *Tangible* terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen pada PT. Trans Armada Indonesia?
2. Apakah terdapat pengaruh *Empathy* terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen pada PT. Trans Armada Indonesia?
3. Apakah terdapat pengaruh antara *Tangible* dan *Empathy* secara bersama-sama atau simultan terhadap Kepuasan Konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan analisis pengaruh *Tangible* terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen pada PT. Trans Armada Indonesia
2. Untuk mengetahui dan analisis pengaruh *Empathy* terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen pada PT. Trans Armada Indonesia
3. Untuk mengetahui dan analisis pengaruh simultan *Empathy* terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen pada PT. Trans Armada Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini maka penulis berharap dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1. Bagi Penulis**

Untuk menambah ilmu dan pengetahuan yang telah didapatkan selama perkuliahan di bidang Manajemen Pemasaran

- 2. Bagi Peneliti Lain**

Diharapkan, dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian berikutnya yang memiliki penelitian sejenis.

- 3. Bagi Perusahaan**

Diharapkan, dapat dijadikan pertimbangan dan saran untuk meningkatkan omzet penjualan

1.5 Batasan Masalah

Untuk membatasi luasnya pembahasan yang akan dibahas, maka penulis memerlukan pembatasan masalah dalam penelitian ini. Antara lain:

1. Responden dalam penelitian ini adalah para Konsumen atau User PT.Trans Armada Indonesia, Jakarta Utara
2. Melakukan penggunaan jasa dari PT.Trans Armada Indonesia, Jakarta Utara sebanyak 1x hingga Berulang kali
3. Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Pengaruh *Tangible* dan *Empathy* Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada PT.Trans Armada Indonesia, Jakarta Utara

1.6 Sistematika Penelitian

Dalam penelitian ini penulis membutuhkan sistematika penelitian berdasarkan bab per bab guna memudahkan dalam memahami pembacaan yang dimana dituliskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi mengenai teori yang didasari dengan analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran hipotesis yang dapat diambil dari jurnal maupun buku lain yang masih berhubungan dengan penyusunan laporan Tugas Akhir ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang desain penelitian, jenis dan sumber data, metode pengambilan sampel dan populasi, definisi operasional variabel dan skala pengukurannya, serta metode analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi mengenai hasil Penelitian yang berisikan deskripsi variabel-variabel penelitian, dan analisis data yang menggunakan model regresi liniear berganda menggunakan software SPSS versi 25, serta pengujian Hipotesis. Pada bagian

pembahasan berisi mengenai implikasi dari hasil analisis data dan terdapat perbandingan dengan hasil dari penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan mengenai hasil temuan sesuai dengan tujuan, keterbatasan penelitian yang tidak dapat dilakukan dalam penelitian Skripsi dan saran yang berisi hal-hal yang dapat melengkapi dari hasil penelitian ini.

REFERENSI

LAMPIRAN

