

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini persaingan dalam usaha semakin ketat, dan banyak nya perusahaan baru yang bermunculan dan selalu memberikan motivasi baru untuk konsumen. Ada beberapa alasan suatu perusahaan bisa mendapat tempat tersendiri di hati masyarakat misalkan menetapkan harga yang terjangkau, memberikan fasilitas yang bagus, memberikan pelayanan yang maksimal, dan menentukan lokasi yang strategis atau mudah dijangkau oleh konsumen. Perusahaan harus bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usaha nya dapat bertahan dan dapat mencapai suatu tujuan yang diinginkan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan keputusan penggunaan terhadap suatu jasa. Respon dari konsumen pengalaman yang baik atau buruk terhadap pelayanan yang diterima akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Sehingga pengelola usaha diharuskan untuk menciptakan suatu pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan atau selera konsumen.

Salah satu jenis usaha yang terkena pada persaingan pasar saat ini adalah kursus mobil yaitu perusahaan yang menyediakan fasilitas dan jasa untuk melatih konsumen agar mahir mengemudi. Dengan banyak nya saat ini perusahaan kursus mengemudi di Surabaya dan memberikan kualitas yang sangat memadai contoh nya saat melakukan latihan mengemudi menggunakan mobil yang bisa dibilang sangat layak dan tidak luput oleh harga yang bervariasi membuat persaingan pasar semakin ketat. Berikut adalah beberapa daftar kursus mengemudi di Surabaya beserta alamat nya :

Tabel 1.1
Daftar Usaha Kursus Mengemudi di Surabaya

No	Perusaahaan Kursus Mengemudi	Alamat
1.	Kursus Mobil Manual & Matic sie bersaudara	1. Jl. Ngagel Jaya Selatan No. 10A Surabaya
		2. Banyuurip No 5 kupang krajan Surabaya 3. Pandegiling no 183, Surabaya 4. Karang empat besar no 29 Surabaya 5. Ruko gunung anyar kav 41 Surabaya
2.	Lo Kursus Mengemudi	Jl. Kedungdoro No 167 Surabaya
3.	Djitoe Kursus Mengemudi Surabaya	Jl. Gayungsari Tim No 35 Surabaya Jl. Raya Dukuh Kupang Barat No 4 surabaya
4.	Kursus Mobil Djoen	Jl. Raya Dukuh Kupang no 4 surabaya Jl. Ngagel Jaya Selatan No 16 surabaya
5.	Jaya Kursus Mobil	Jl. Makam Peneleh No 106 Surabaya
6.	Kursus Mengemudi Wibowo	Jl. Pandegiling no 316 surabaya

7.	Kursus Mengemudi Pulung	1. Jl. Manyar no 89 suarabaya Jl. Pucang Sewu no 45 surabaya
		Jl. Kalirungkut no 59 Surabaya
8.	Kursus Mengemudi Koesdjidah	Jl. Griya Surabaya asri B5 No 27 surabaya
9.	Kursus Mengemudi Modern	Jl. Gub kertajaya VIII D No. 1 surabaya
10.	Kursus Mengemudi Global	Jl. Gubeng Kertajaya 7 Surabaya
11.	Kursus Mengemudi Venus	Jl. Kenjeran no 176 surabaya
12.	Kursus Mengemudi Natuna	Jl. Ikan Kerapu no 17A Perak Surabaya Jl. Aspol Colombo no 7A perak Surabaya
13.	Kursus Mengemudi Prima	Jl. Kenjeran gg kemuning I no 360, Surabaya
14.	Kursus Mengemudi Pintar	Jl. Darmokali no 1F Darmo Surabaya

Sumber data : Hasil Survey penelitian 2019

Dari daftar kursus mengemudi Surabaya di atas sangat berkembang sehingga banyak nya perusahaan baru yang memulai usaha di bidang jasa khususnya perusahaan kursus mengemudi, dapat diketahui bahwa persaingan usaha ini semakin ketat, bahkan beberapa kursus mengemudi memiliki cabang lebih dari satu.

Contoh nya kursus mengemudi Sie Bersaudara memiliki 5 cabang yang bertempat di jl. Pandegiling no 183, jl. Banyuurip no 5, jl. Ngagel jaya no 10 A, Karang empat besar no 29 Surabaya , dan Ruko gunung anyar kav 41 Surabaya. Hal itu bertujuan untuk memudahkan konsumen menemukan lokasi jasa kursus mengemudi di tempat mereka tinggal, dan satu cabang memiliki 11-15 unit mobil yang digunakan untuk melatih konsumen. Selain memberikan fasilitas yang memadai perusahaan harus memberikan kepuasan tersendiri kepada pelanggan. Kualitas pelayanan juga menentukan minat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Perusahaan harus mengetahui dengan baik seperti apa perilaku konsumen, keinginan konsumen dari segmen yang berbeda, sehingga perusahaan dapat bersaing di pasaran.

Fandy Tjiptono (2014 : 268) definisi “Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen”. Meskipun terjadi perbedaan terhadap pengertian jasa pelayanan. ada beberapa karakteristik jasa pelayanan berikut ini yang akan memberikan jawaban yang lebih baik terhadap pengertian jasa pelayanan yaitu : tidak dapat diraba (*intangibile*), tidak dapat disimpan (*inability to inventory*), produksi dan konsumsi secara bersama, memasukinya lebih mudah.

Untuk memenangkan persaingan yang semakin kompetitif para pelaku usaha diharuskan untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing atas layanannya dalam upaya memberikan kepuasan bagi konsumen. Hal ini sangat penting karena konsep pemasaran menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan, tanpa customer perusahaan tidak akan bisa bertahan lama dan bisa menyebabkan kebangkrutan. Harga tentu sangat mempengaruhi minat konsumen dan kemudian dilanjutkan dengan keputusan pembelian sehingga sangat menentukan keberhasilan suatu target perusahaan. Menurut (Kotler dan Keller, 2012:26) Harga adalah sejumlah uang atau barang yang diperlukan untuk mendapatkan kombinasi dari barang lain yang disertai pemberian jasa. Persepsi harga merupakan kecenderungan konsumen

untuk menggunakan harga dalam memberi penilaian produk. Dalam hal ini kemudian promosi memiliki peran yang penting bagi perusahaan supaya dapat mengkomunikasikan jasa kepada konsumen dengan cara menginformasikan apa saja keunggulan-keunggulannya, seperti memberikan fasilitas mobil yang bagus, lengkap dengan AC, bisa antar jemput kerumah konsumen dan dengan begitu diharapkan dapat menarik konsumen kemudian berminat untuk menggunakan jasa kursus mobil tersebut.

Promosi merupakan faktor dalam mempengaruhi minat beli, dijelaskan oleh Tjiptono (2016:27) promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk atau jasa dengan segera atau untuk meningkatkan jumlah barang dan jasa yang dibeli pelanggan. Sehingga dengan adanya promosi konsumen akan merasa terbantu dalam memilih dari berbagai macam produk yang dijual.

Selain itu ada kelebihan lain yang dimiliki oleh kursus mengemudi Sie Bersaudara adalah pihak perusahaan menawarkan sesuatu yang berbeda dari lainnya dengan adanya fasilitas “montir”, yakni para siswa mengemudi diberikan materi dasar-dasar tentang mesin mobil yang tertera di dalam buku panduan mengemudi praktis.

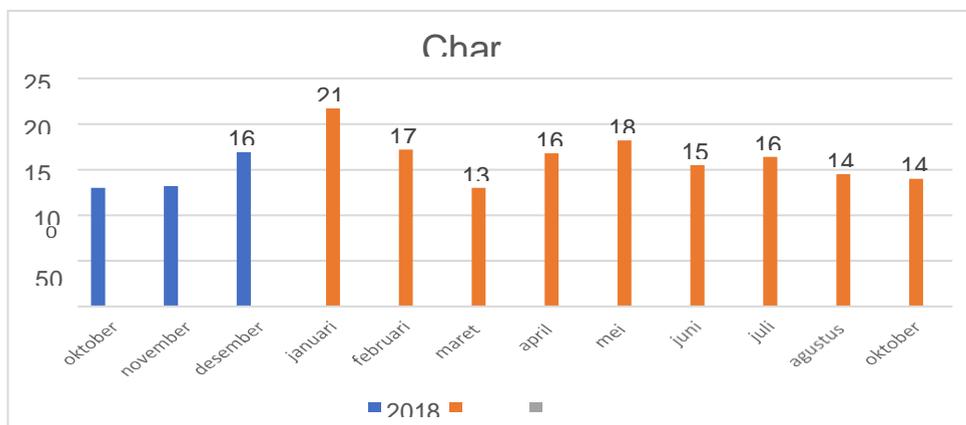
Dibawah ini disampaikan tabel dan grafik yang berisi jumlah peserta kursus mengemudi Sie Bersaudara periode Oktober 2018 – Oktober 2019 :

Tabel 1.2
Jumlah Peserta Kursus Mengemudi Sie Bersaudara Periode Oktober 2018 – Oktober 2019

Bulan	Tahun	Jumlah Peserta
Oktober	2018	130
November	2018	132

Desember	2018	169
Januari	2019	217
Februari	2019	172
Maret	2019	130
April	2019	168
Mei	2019	182
Juni	2019	155
Juli	2019	164
Agustus	2019	145
Oktober	2019	140
TOTAL		1.904
Rata-rata/ bulan		159

Sumber Data : Hasil Survey Penelitian 2019



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Peserta Kursus Mengemudi Sie Bersaudara
periode Oktober 2018- Oktober 2019

Sumber : data diolah peneliti (2019)

Usaha untuk mempertahankan konsumen agar tidak berpindah atau memilih kursus mengemudi lain adalah tantangan dalam berbisnis. Mempertahankan pelanggan berarti mempunyai harapan kepada konsumen untuk melakukan pembelian ulang atas jasa yang kita sediakan. Untuk menciptakan pembelian ulang pada konsumen maka kita harus memberikan kepuasan terhadap konsumen, dan customer yang sudah melakukan pembelian ulang bisa disebut sebagai pelanggan. Faktor lokasi juga berpengaruh tentunya terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk. Lokasi mempunyai kekuatan untuk menyukseskan ataupun menghancurkan strategi perusahaan. Oleh karena itu, penyedia jasa harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha, termasuk usaha kursus mengemudi mobil. Sebelum seseorang memutuskan untuk memilih tempat kursus mana yang sesuai dengan keinginan mereka, mereka juga akan mempertimbangkan lokasi. Sebagian besar orang lebih memilih lokasi yang strategis, dekat dari rumah atau di pusat keramaian. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan jasa kursus mengemudi mobil, yaitu kursus mengemudi SIE BERSAUDARA. Pemilihan perusahaan tersebut dengan alasan dan pertimbangan bahwa bisnis tersebut memiliki peluang yang sangat besar di masa sekarang ini dimana pola dan gaya hidup masyarakat semakin sibuk dan individualis sehingga mereka membutuhkan bantuan sebuah jasa kursus mengemudi mobil guna membantu mereka yang ingin bisa mengendarai mobil secara efektif dan efisien. Karena hanya dengan 5-8 kali pertemuan, peserta kursus

mengemudi dijanjikan dapat mengemudi dengan lancar serta tidak perlu merasa khawatir apabila terjadi kerusakan pada mobil saat berlangsungnya kursus mengemudi, karena seluruhnya telah ditanggung oleh penyedia kursus. Kursus mengemudi Sie Bersaudara juga menyediakan jasa pembuatan SIM A dan SIM C.

Kursus mengemudi Sie Bersaudara ini adalah salah satu tempat kursus yang cukup dikenal oleh warga Surabaya. Tempat kursus yang mengawali pengoperasiannya hanya dengan 3 mobil, kemudian berkembang menjadi 13 mobil di satu cabang walaupun memang bukan yang pertama hadir di Surabaya, akan tetapi Sie Bersaudara mampu bersaing dengan para pelaku usaha sejenis dikarenakan harga dan pelayanan yang diberikan hingga saat ini. Selain itu ada keunggulan lain yang dimiliki kursus mengemudi Sie Bersaudara yaitu bisa mengantar jemput kerumah konsumen dengan biaya tersendiri tergantung jauh dekatnya lokasi rumah, sehingga konsumen tidak perlu datang ke kantor untuk latihan, hanya dengan melalui telepon dan membuat jadwal lalu dijemput ke alamat konsumen yang akan latihan mengemudi.

1.2 Rumusan Masalah

Dari masalah penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa kursus mengemudi Sie Bersaudara Surabaya?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa kursus mengemudi Sie Bersaudara Surabaya ?
3. Apakah lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa kursus mengemudi Sie Bersaudara Surabaya ?
4. Apakah kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa kursus mengemudi Sie Bersaudara Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengungkapkan tentang :

1. Mengetahui kualitas pelayanan pada kursus mengemudi Sie Bersaudara berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa
2. Mengetahui persepsi harga pada kursus mengemudi Sie Bersaudara berpengaruh positif pada keputusan penggunaan jasa
3. Mengetahui lokasi yang dipilih oleh kursus mengemudi Sie Bersaudara berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa
4. Mengetahui kualitas layanan, persepsi harga, dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Aspek Akademis

Membantu memberikan informasi pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan pembandingan bagi penelitian lain serta sebagai wujud Bakti kepada perguruan tinggi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Mahardhika Surabaya pada umumnya dan Program Studi Manajemen pada khususnya

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan para pembaca dapat menambah referensi dan dapat diterapkan dalam masing-masing perusahaannya serta hasil penelitian ini nantinya juga dapat digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya

3. Aspek Praktis

Memberikan masukan bagi kursus mengemudi Sie Bersaudara, untuk mengevaluasi dan menggunakan hasil penelitian dalam mengatasi permasalahan yang ada kaitannya dengan, persepsi harga, kualitas layanan, dan lokasi.