

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era modern saat ini transportasi merupakan salah satu kebutuhan yang memberikan pengaruh cukup dominan di kehidupan masyarakat terutama di Indonesia. Hal ini dapat dilihat melalui lonjakan terhadap permintaan kendaraan pribadi terutama kendaraan bermotor yang terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Kendaraan bermotor dianggap lebih praktis, efisien dan murah, sehingga tidak sedikit masyarakat yang memilih kendaraan bermotor sebagai sarana transportasi utama. Dengan tingginya permintaan terhadap kendaraan bermotor, maka seorang pengguna dimungkinkan untuk dibebani oleh biaya perawatan dan pemeliharaan. Hal ini menjadi salah satu peluang bagi produsen yang bergerak di industri otomotif untuk menyediakan layanan atau *Service* purna jual sebagai salah satu peluang untuk menambah keuntungan perusahaan.

Dalam rangka memberikan pelayanan purna jual terhadap pelanggan secara maksimal, maka para produsen telah membuka *officially spare parts outlet* yang terdapat di bengkel atau cabang resmi yang telah tersebar di seluruh wilayah Indonesia, sehingga customer dengan mudah mengakses dan menggunakan fasilitas yang ada di bengkel resmi tersebut. Salah satu *officially spare parts outlet* yang memiliki *customer* cukup banyak adalah bengkel AHASS (*Autorized Honda Service Station*) yang ada di bengkel Kabul Motor Lembeyan Magetan. Bengkel AHASS sendiri merupakan *officially spare part outlet* resmi Honda yang tidak hanya melayani perbaikan

atau *service* purna jual saja, namun juga menyediakan *spare part* resmi Honda. Bengkel AHASS ini telah memiliki pelanggan tidak hanya berasal dari kabupaten Magetan saja namun juga menjangkau pelanggan dari luar kabupaten Magetan. Hal ini menunjukkan bahwa kredibilitas bengkel AHASS Kabul Motor telah dikenal luas oleh pelanggan. Berikut ini peneliti lampirkan tabel jenis-jenis *Spare Part* yang ada di bengkel AHASS Kabul Motor Lembeyen Magetan :

Tabel 1
Table Jenis Spare Part

| No. | Jenis Spare Part |
|-----|---|
| 1. | Komponen mesin |
| 2. | <i>Body Set</i> |
| 3. | <i>V-belt Set</i> |
| 4. | Komponen <i>Electronic Control Unit (ECU)</i> |
| 5. | Kampas Rem |
| 6. | Komponen Injeksi |
| 7. | Filter Udara |
| 8. | Master Rem |
| 9. | Velg |
| 10. | <i>Headlamp</i> |

Sumber : *Data Primer AHASS Kabul Motor 2022*

Beberapa jenis spare part di atas merupakan barang yang sangat lazim di pesan oleh para customer. Jenis di atas memiliki beberapa *Type* dan seri yang berbeda. Berdasarkan informasi yang diperoleh peneliti data di atas merupakan barang yang memiliki ketersediaan *Stock* yang terbatas karena kebutuhan konsumen akan barang tersebut sangat meningkat akhir-akhir ini. Mengingat *Spare Part* memiliki dampak yang cukup signifikan bagi perusahaan maka ketersediaan akan stock *Spare Part* sangatlah perlu di jaga.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, terdapat sekitar 150 Pelanggan yang telah menjadi pelanggan tetap di AHASS Kabul Motor Lembeyan pada periode tahun 2021 hingga awal tahun 2022. Namun dengan adanya beberapa kendala yang berkaitan dengan pengadaan *spare part* maka tidak jarang ada beberapa *stuff* yang habis atau *out stock*, sehingga membuat pelanggan menunggu dengan jangka waktu yang cukup lama. Hal ini secara tidak langsung akan mengganggu kenyamanan pelanggan. Kendala yang berkaitan dengan pengadaan pemesanan barang atau *Spare Part* yang terjadi di bengkel AHASS harus di tangani secara tepat.

Salah satu kendala yang di alami oleh bengkel AHASS Kabul Motor Lembeyan Magetan adalah *order timing process spare part* yang terlalu lama dan cenderung mengalami keterlambatan sehingga hal ini dapat memberikan dampak terhadap loyalitas pelanggan. Definisi *order timing process* secara umum adalah total waktu yang di butuhkan dari proses pemesanan hingga penerimaan produk oleh konsumen. Perlu di garis bawahi bahwa *order timing process* yang tinggi dapat memberikan pengaruh terhadap tingginya ketersediaan dan juga pemenuhan kebutuhan konsumen. Hal ini juga akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Bahkan kepuasan konsumen akan berkurang akibat adanya *order timing process* yang cukup lama, sehingga akan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. *Spare Part* yang dipesan pelanggan di AHASS Kabul Motor Lembeyan Magetan merupakan *Spare Part* asli Honda yang berasal dari PT AHM selaku Produsen *Spare Part* sepeda motor Honda. Berikut ini peneliti lampirkan estimasi pesanan yang ada

di bengkel AHASS Kabul Motor Lembeyan Magetan pada setiap jenis produk *spare part* yang ada :

Tabel 2.
Estimasi Waktu Pemesanan *Spare Part* di AHASS Kabul Motor Lembeyan Magetan

| | Type Motor | Jenis Spare Part | Estimasi Indent |
|--|-----------------------------|------------------------|--|
| | Sport Fairing & Sport Naked | - Body Set | 1 – 2 Bulan (Tergantung kode seri) |
| | | - Komponen Kelistrikan | 3 – 4 Minggu (Tergantung kode seri) |
| | | - Komponen Mesin | 1 – 3 Bulan (Tergantung kode seri dan jenis komponen mesin) |
| | Cub / Bebek | - Body Set | 1 Bulan (Tergantung kode seri) |
| | | - Komponen Kelistrikan | 2 – 3 Minggu (Tergantung kode seri) |
| | | - Komponen mesin | 1 Bulan (tergantung kode seri dan jenis komponen mesin) |
| | Matic | - Body Set | 1 Bulan (Tergantung kode seri) |
| | | - Komponen Kelistrikan | 1 – 2 Minggu (Tergantung kode seri) |
| | | - Komponen Mesin | 1 – 2 Bulan (Tergantung kode seri dan jenis komponen mesin) |

Sumber : Data Primer AHASS Kabul Motor 2022

Berdasarkan data di atas maka dapat di ambil beberapa informasi bahwa waktu tunggu yang di butuhkan oleh konsumen untuk memesan suatu barang adalah 1-2 bulan, sehingga hal ini membuat pelanggan menunggu terlalu lama. *Order timing process* yang terlalu lama akan membuat pelanggan mencari beberapa alternatif di *outlet* yang lebih lengkap sehingga penjualan di bengkel AHASS Kabul Motor akan menurun secara signifikan. Permasalahan ini harus di tangani secara tepat sehingga distribusi dan kepuasan konsumen dapat terjaga. Bengkel AHASS Kabul Motor Lembeyan Magetan selaku produsen harus senantiasa menjaga dan memberikan

pelayanan terbaik kepada konsumen agar loyalitas pelanggan tumbuh secara maksimal.

Order timing process yang di kemukakan oleh Hezer dan Render (2014) jumlah waktu yang dibutuhkan oleh seorang produsen dari awal pemesanan hingga ke tangan konsumen. *Order timing process* adalah penentuan strategi yang berfokus pada pemenuhan permintaan konsumen yang menitikberatkan waktu lamanya pemesanan hingga ke tangan konsumen. Semakin cepat tingkat *order timing process* akan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Menurut Pusanindiyah (2019) Penerapan efisiensi *Order Timing Process* sangat berkaitan erat dengan persediaan barang (*inventory*) yang ada di sebuah perusahaan. Karena persediaan merupakan salah satu penentu berhasil atau tidaknya keberhasilan suatu bisnis. Tingkat persediaan yang terlalu tinggi akan menyebabkan meningkatnya biaya perawatan dan penyimpanan, namun hal ini berlaku sebaliknya jika ketersediaan terlalu rendah akan berdampak pada keterlambatan barang sehingga permintaan konsumen tidak dapat terpenuhi. Dengan adanya keterlambatan beberapa barang akan besar kemungkinan pelanggan untuk merasa kecewa karena tidak terpenuhinya kebutuhan dan adanya kemungkinan untuk berpindah ke perusahaan lainnya yang di anggap mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara efektif dan efisien. Hal ini akan berdampak secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut.

Secara konseptual loyalitas pelanggan dapat di definisikan sebagai sebuah komitmen yang di pegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung

kembali produk atau jasa yang di sukai di masa depan meskipun adanya perubahan situasi usaha dan pemasaran yang berpotensi merubah selera dan prioritas pelanggan (Kotler dan Keller, 2009). Menurut Griffin dalam Ruslim (2013) seorang konsumen dapat di katakan memiliki loyalitas terhadap sebuah produk adalah dapat di ketahui melalui *repurchase intention* yang di lakukan oleh pelanggan, yaitu paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu. Pelanggan yang memiliki loyalitas tinggi terhaap suatu produk atau jasa akan sulit untuk berpindah ke produk atau jasa yang lain (Mardalis, 2005). Selain itu loyalitas pelanggan yang tinggi akan memberikan dampak positif terhadap keuntungan perusahaan secara berkala. Hal ini menjadi salah satu alasan mengapa perusahaan harus membangun loyalitas di kalangan pelanggan. Menurut Mardalis (2005) menyatakan bahwa loyalitas memiliki dua pendekatan perspektif yakni pendekatan berdasarkan sikap dan perilaku.

Loyalitas dengan perspektif sikap adalah ketika pelanggan membeli suatu produk dengan intensitas yang tinggi dengan menyertakan rasa suka terhadap suatu produk atau jasa tersebut. Sedangkan loyalitas dengan perspektif perilaku adalah pelanggan yang hanya membeli suatu produk berulang-ulang namun tanpa menyertakan perasaan dan sikap kepemilikan di dalamnya. Oleh karena itu loyalitas pelanggan perlu di bangun secara berkala oleh perusahaan agar menghasilkan konsumen yang loyal baik secara sikap maupun perilaku.

Berdasarkan penelitian yang di lakukan oleh Khan dalam Ruslim (2013) menyatakan bahwa *Order Timing Process* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini di dasari pada tingkat kecepatan barang yang di butuhkan sampai kepada tangan pelanggan secara cepat sehingga

akan berdampak pada intensitas *repeat purchase* yang di lakukan oleh konsumen. Selain itu adanya. Mengingat loyalitas adalah salah satu ujung tombak dalam menilai keberhasilan serta kontinuitas suatu bisnis, maka perlu adanya fokus perusahaan bukan hanya pada penerapan strategi rantai pasokan saja namun juga faktor internal seperti kualitas pelayanan purna jual yang di berikan oleh perusahaan terhadap konsumen.

Selain penerapan strategi *Order Timing Process* yang tepat, juga harus disertai dengan peningkatan kualitas layanan atau *service quality* yang ada didalam bengkel AHASS Kabul Motor Lembeyan Magetan. Kualitas menurut (Kotler dan Keller, 2009) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung terhadap kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dapat dinyatakan secara langsung maupun tersirat. Sedangkan secara definitif kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai perbandingan antara tingkat keunggulan dan persepsi tentang masyarakat terhadap jasa tersebut. Dalam sektor jasa, kualitas pelayanan memegang peranan tertinggi di dalam perusahaan. Hal ini di karenakan *service quality* merupakan salah satu *result* yang dapat dirasakan secara langsung oleh pelanggan. Tingkat *service quality* berjalan selaras dengan tingkat kepuasan pelanggan, semakin tinggi kualitas pelayanan di dalam sebuah perusahaan maka akan berdampak pada meningkatnya kepuasan, yang secara langsung akan membentuk loyalitas pelanggan terhadap suatu produk.

Menurut Maulana (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu komponen yang penting dalam membangun loyalitas pelanggan secara berkala. Hal ini di karenakan kualitas pelayanan yang di berikan oleh

suatu perusahaan jasa akan menggambarkan kredibilitas dan integritas yang di miliki oleh suatu perusahaan jasa. Dengan adanya kualitas pelayanan yang mumpuni maka hal tersebut di harapkan mampu membangun loyalitas pelanggan.

Menurut penelitian yang di lakukan oleh Familiar dan Maftukhah (2015) menyatakan bahwa kepuasan pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk menyusun penelitian yang berjudul “Pengaruh *Order Timing Process Spare Part* Sepeda Motor Dan *Quality Service* Terhadap Loyalitas Pelanggan AHASS Kabul Motor Lembeyan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat di ambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *Order Timing Process spare part* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di bengkel AHASS Kabul Motor Lembeyan Magetan?
2. Apakah *Quality Service* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan di bengkel AHASS Kabul Motor Lembeyan Magetan ?

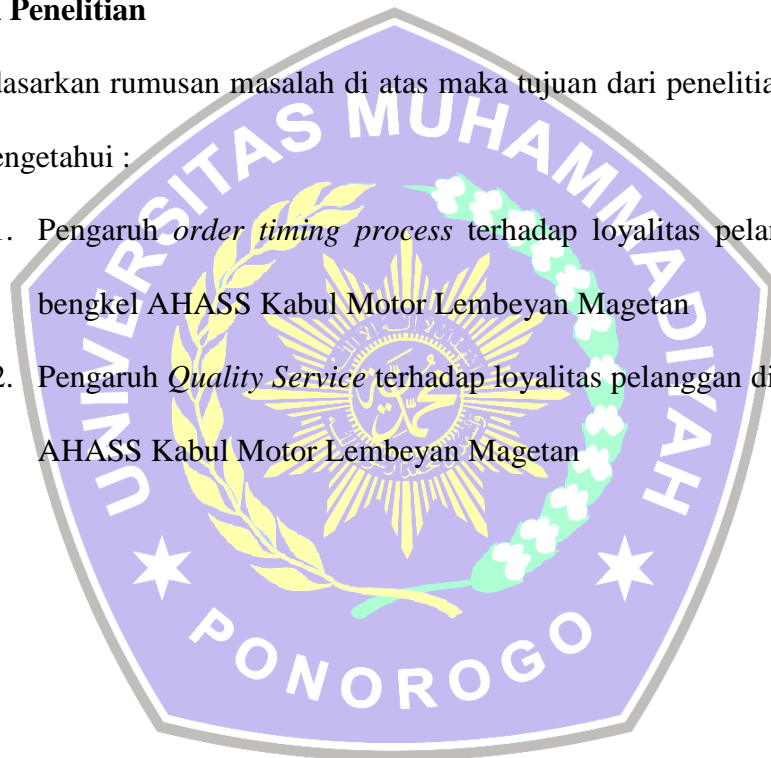
C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka pembahasan dalam penelitian ini di batasi pada lingkup *Order Timing Process* dan *Quality Service* yang ada di bengkel AHASS Kabul Motor. Penelitian ini melibatkan sekitar 100 pelanggan dengan menggunakan beberapa kriteria dan kualifikasi. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir terjadinya generalisasi pembahasan materi di luar penelitian.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh *order timing process* terhadap loyalitas pelanggan di bengkel AHASS Kabul Motor Lembeyan Magetan
2. Pengaruh *Quality Service* terhadap loyalitas pelanggan di bengkel AHASS Kabul Motor Lembeyan Magetan



E. Manfaat Penelitian :

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kebermanfaatan bagi beberapa pihak antara lain :

1. Manfaat Akademik :

- a. Bagi Peneliti : Penelitian ini di harapkan dapat menambah pengetahuan bagi peneliti sehingga dapat mengaplikasikan teori dan materi yang telah diperoleh di setiap unsur kegiatan.
- b. Bagi peneliti selanjutnya : Setiap substansi yang ada di penelitian ini di harapkan mampu digunakan sebagai pedoman dan rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk menyusun penelitian yang sejenis.

2. Manfaat Non Akademik :

- a. Bagi perusahaan : Diharapkan penelitian ini dapat digunakan untuk dasar pengambilan keputusan bagi perusahaan terkait penerapan *Order Timing Process Spare Part* yang tepat disertai dengan *Quality Service* di bengkel AHASS Kabul Motor Lembeyan Magetan agar tercapainya tingkat loyalitas pelanggan secara maksimal.