

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era sekarang transportasi memiliki peran yang sangat penting dalam menunjang pertumbuhan ekonomi masyarakat dan merupakan urat nadi dalam pembangunan ekonomi suatu negara[1]. Dukungan transportasi yang baik membuat kehidupan perekonomian suatu negara lebih optimal karena seluruh kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi. Dukungan transportasi dapat membuat manusia berpindah dengan cepat dari satu tempat ke tempat lain. Berbagai urusan mendasar bisa diselesaikan dengan cepat, termasuk dengan perpindahan barang yang di distribusikan dengan cepat ke semua wilayah dan menjaga stabilitas harga barang. Sehingga, kebutuhan masyarakat di semua daerah bisa terpenuhi dengan baik[1].

Transportasi darat berupa kendaraan bermotor merupakan moda transportasi yang paling banyak digunakan. Dengan berkembangnya dunia transportasi, tentunya kebutuhan sarana dan prasarana transportasi juga semakin meningkat. Salah satu sarana transportasi yang penting adalah Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU). Berikut ini tabel perkembangan jumlah kendaraan bermotor di Indonesia:

Tabel 1. 1 Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia

Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia					
Tahun	Mobil Penumpang	Bus	Truk	Sepeda Motor	Jumlah
2020	15 797 746	233 545	5 083 405	115 023 039	136 137 735
2021	16 413 522	237 829	5 299 603	120 045 878	141 996 832
2022	17 175 632	241 215	5 528 669	125 267 349	148 212 865

Sumber : Badan Pusat Statistik [2]

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, jumlah kendaraan bermotor di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020, jumlah kendaraan bermotor mencapai 136.137.735 unit, meningkat menjadi 141.996.832 unit pada tahun 2021, dan menjadi 148.212.865 unit pada tahun 2022. Peningkatan jumlah

kendaraan bermotor ini tentunya diikuti dengan peningkatan kebutuhan bahan bakar minyak (BBM). Ketersediaan SPBU yang memadai merupakan hal yang penting untuk mendukung kelancaran transportasi darat di Indonesia.

SPBU adalah tempat pengisian bahan bakar untuk kendaraan bermotor. SPBU biasanya dilengkapi dengan fasilitas pendukung, seperti minimarket, ATM, dan toilet. SPBU pertama di Indonesia didirikan oleh Pertamina pada tahun 1950 di Jakarta. Selama puluhan tahun, Pertamina merupakan satu-satunya perusahaan yang mengelola SPBU di Indonesia. Namun, pada tahun 2005, Shell menjadi perusahaan asing pertama yang membuka SPBU di Indonesia. Hal ini menandai dimulainya era baru persaingan dalam bisnis bahan bakar di Indonesia. Saat ini, terdapat sekitar 6 penyedia bahan bakar di Indonesia, yaitu Pertamina, Shell, Vivo, Mobil, Ocean Petro Energy, dan BP-AKR[3].

Persaingan dalam bisnis bahan bakar di Indonesia semakin dinamis seiring dengan bertambahnya jumlah perusahaan penyedia bahan bakar. Hal ini mendorong pelaku usaha untuk bersaing memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Dengan demikian, produsen dapat mempertahankan loyalitas pelanggan meskipun terjadi perubahan selera konsumen dan lingkungan.

Salah satu cara untuk menjaga loyalitas pelanggan adalah dengan mengutamakan kepuasan pelanggan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller [4], kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul dari perbandingan antara kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dengan harapan mereka. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan, PT Pertamina berinovasi dalam hal *brand image*, salah satunya adalah SPBU Pertamina PASTI PAS. SPBU Pertamina PASTI PAS adalah SPBU yang telah tersertifikasi untuk memberikan pelayanan terbaik yang memenuhi standar. PASTI PAS memberikan jaminan kualitas dan kuantitas BBM, pelayanan yang ramah, dan fasilitas yang nyaman untuk mencapai kepuasan konsumen[5].

Salah satu SPBU yang sudah mendapatkan sertifikasi PASTI PAS adalah SPBU 34-40508 yang berlokasi di Kecamatan Padalarang Kabupaten Bandung Barat. Dengan telah tersertifikasinya SPBU 34-40508 di harapkan dapat

menciptakan kepuasan pelanggan dan meningkat penjualan SPBU. Namun pada dua tahun terakhir penjualan SPBU 34-40508 Padalarang mengalami penurunan, sebagaimana data laporan hasil penjualan SPBU 34-40508 yang dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. 2 Penjualan BBM SPBU 34-40508 Padalarang

BULAN	PENJUALAN (liter)	rata-rata penjualan (liter)
Jan-21	726.598,69	836.245,35
Feb-21	672.877,11	
Mar-21	827.900,33	
Apr-21	864.663,75	
May-21	758.489,67	
Jun-21	750.149,10	
Jul-21	888.704,28	
Aug-21	934.783,31	
Sep-21	885.289,24	
Oct-21	887.068,01	
Nov-21	897.953,15	
Dec-21	940.467,51	
Jan-22	946.400,52	791.649,18
Feb-22	831.536,48	
Mar-22	886.197,11	
Apr-22	696.480,33	
May-22	721.061,57	
Jun-22	791.556,18	
Jul-22	789.271,65	
Aug-22	829.698,97	
Sep-22	736.785,66	
Oct-22	716.706,69	
Nov-22	754.826,91	
Dec-22	799.268,12	
Jan-23	714.788,62	645.164,26
Feb-23	575.539,90	

Sumber: SPBU 34-40508 Padalarang [6]

Tabel di atas menunjukkan bahwa rata-rata penjualan pada tahun 2021 adalah 836.245,35 liter, sedangkan pada tahun 2022 turun menjadi 791.649,18 liter. Artinya, terjadi penurunan rata-rata penjualan sebesar 44.596,27 liter. Penurunan

ini diduga disebabkan oleh ketidakpuasan pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan yang mereka terima.

Kualitas Layanan dalam industri merupakan variabel penting. Memberikan layanan kualitas yang maksimal akan menciptakan nilai tinggi, yang pada akhirnya dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut parasuraman [7], Kualitas layanan merupakan refleksi persepsi evaluatif konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu. Kualitas Pelayanan ditentukan berdasarkan tingkat pentingnya pada dimensi-dimensi pelayanan. Penelitian tentang pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan telah di lakukan secara luas di dunia. Sebuah studi yang di lakukan oleh Mardiyani [5] menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Penelitian lain yang di lakukan oleh Suprianto [8] menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Faktor selanjutnya yang di nilai mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah *Servicescape*. Menurut Lovelock dan Wirtz [9], *Servicescape* merupakan kesan-kesan yang diciptakan pada pancaindera oleh perancangan lingkungan fisik tempat jasa diserahkan. Ferninda [10] menyatakan bahwa *Servicescape* merupakan lingkungan fisik yang ada disaat jasa disampaikan kepada pelanggan dan memiliki elemen-elemen tertentu yang masih berhubungan dengan konsep jasa tersebut. Sebuah studi yang di lakukan oleh Ferninda [10] menunjukkan bahwa *Servicescape* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dan *Servicescape* merupakan variabel yang dominan. *Servicescape* melibatkan pemahaman mendalam tentang bagaimana lingkungan fisik tempat pelayanan dapat memengaruhi pengalaman pelanggan secara langsung, memperbaiki kualitas layanan yang diberikan, membentuk citra positif perusahaan, menciptakan atmosfer kenyamanan yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, serta merangsang inovasi dalam pengelolaan lingkungan fisik untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang unik dan memuaskan secara keseluruhan.

Oleh karena itu, analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sangat penting. Analisis ini membantu organisasi atau perusahaan dalam bersaing

dengan perusahaan lain. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, organisasi atau perusahaan dapat mengambil tindakan yang tepat untuk mencapai tujuan mereka. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Pelanggan di SPBU 34-40508 Padalarang.

1.2 Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini ialah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan?
- b. Apakah terdapat pengaruh *Servicescape* terhadap Kepuasan Pelanggan?
- c. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Mengatahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- b. Mengatahui pengaruh *Servicescape* terhadap Kepuasan Pelanggan.
- c. Mengatahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Pelanggan.

1.4 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari luasnya pembahasan, maka penulis akan memberika beberapa batasan, yaitu:

- a. Penelitian hanya di lakukan kepada pelanggan SPBU di Padalarang.
- b. Penelitian tidak membahas mengenai harga BBM dan kebijakan pemerintah tentang BBM subsidi.
- c. waktu pengambilan data kuisisioner dari tanggal 8 januari 2024 s/d 20 januari 2024.

1.5 Kegunaan

Kegunaan yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan memberikan kontribusi kepada para peneliti selanjutnya khususnya tentang Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan *Servicescape*.

b. Kegunaan Praktis

Seperti yang di ketahui bahwa beberapa tahun terakhir penjualan SPBU 34.40508 Padalarang mengalami penurunan, diharapkan Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk membantu menentukan strategi pemasaran, agar penjualan SPBU menjadi lebih baik.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Latar belakang penelitian berisi tentang alasan mengapa penelitian di lakukan.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah berisi uraian permasalahan yang ingin di teliti.

1.3 Pembatasan Masalah

Batasan penelitian ini meliputi variabel penelitian, teknik analisis data, data yang digunakan, dan lamanya waktu penelitian.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah hasil yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitiannya. Hasil tersebut harus sesuai dengan masalah yang diteliti, agar penelitian dapat berjalan dengan baik dan menghasilkan deskripsi yang lengkap dan mendalam mengenai proses dan hasil penelitian.

1.5 Kegunaan

Berisi urai kegunaan dari hasil penelitian yang di lakukan.

1.6 Sistematika Penulisan

Berisi urutan penulisan laporan Tugas Akhir sesuai kaidah karya ilmiah.

Bab II Landasan Teori

2.1 Landasan Teori

Landasan teori berisi teori-teori yang membantu memecahkan rumusan masalah.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu adalah kajian terhadap penelitian-penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan bagaimana memecahkan masalah penelitian dan bagaimana penelitian dilakukan. Penjelasan mengenai variabel penelitian dapat disesuaikan dengan kebutuhan penelitian, termasuk operasionalisasi variabel dan teknik pengambilan sample.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab ini berisi proses pengumpulan dan pengolahan data penelitian.

Bab V Hasil dan Pembahasan

Bab ini membahas hasil analisis data penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian. Tidak boleh ada tabel dan gambar tetapi boleh mengacu pada tabel dan gambar pada bab sebelumnya.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi kesimpulan penelitian dan saran untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan subjek serupa.