

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Indah Tiga Saudara adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan berkomitmen untuk menyediakan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggannya. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2011 oleh H Ahmad Sarip Iskandar dan telah berkembang menjadi salah satu penyedia layanan terkemuka di industri. Dengan jumlah karyawan yang mencapai 10-15 orang, perusahaan ini terus mengembangkan operasionalnya untuk memenuhi kebutuhan pasar yang semakin dinamis.

Visi PT Indah Tiga Saudara adalah menjadi pemimpin dalam industri jasa dengan mengedepankan kualitas, inovasi, dan kepuasan pelanggan. Misinya mencakup penyediaan layanan yang andal dan profesional, penerapan teknologi terkini dalam operasional bisnis, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia agar selalu dapat memberikan layanan terbaik. Nilai-nilai utama yang dipegang oleh perusahaan ini meliputi integritas, keunggulan layanan, inovasi, serta orientasi kepada pelanggan.

PT Indah Tiga Saudara menawarkan berbagai produk dan layanan yang berfokus pada BBM. Layanan utama yang disediakan oleh perusahaan ini mencakup BBM dengan jenis Minyak Solar, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan baik di sektor individu maupun korporasi. Selain itu, perusahaan ini juga menjalankan beberapa proyek strategis, termasuk bekerjasama langsung dengan Pertamina Patra Niaga. Dengan cakupan layanan yang luas dan fleksibilitas dalam penyediaan jasa, PT Indah Tiga Saudara terus meningkatkan standar operasionalnya untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

PT Indah Tiga Saudara melayani berbagai jenis pelanggan, baik dalam model bisnis *Business-to-Business* (B2B) maupun *Business-to-Consumer* (B2C). Untuk segmen B2B, perusahaan ini bekerja sama dengan berbagai perusahaan di industri PT Pertamina Patra Niaga, menyediakan solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan bisnis mereka. Sementara itu, dalam segmen B2C, PT Indah Tiga Saudara melayani

pelanggan individu yang mencari layanan berkualitas tinggi dalam Minyak bumi jenis solar. Dengan basis pelanggan yang luas dan beragam, perusahaan ini terus berinovasi untuk memastikan kepuasan pelanggan di setiap segmen pasarnya.

Dalam beberapa tahun terakhir, PT Indah Tiga Saudara terus mengalami perkembangan dalam operasional dan layanan yang ditawarkan. Permintaan terhadap jasa perusahaan semakin meningkat, mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan. Di tengah persaingan industri yang semakin ketat, PT Indah Tiga Saudara menghadapi berbagai tantangan, seperti dinamika pasar dan perubahan kebutuhan pelanggan. Untuk mengatasi tantangan tersebut, perusahaan berfokus pada strategi bisnis yang adaptif, inovasi layanan, serta peningkatan pengalaman pelanggan guna mempertahankan daya saingnya di industri.

Dengan visi yang jelas, layanan berkualitas tinggi, serta strategi pertumbuhan yang berkelanjutan, PT Indah Tiga Saudara berkomitmen untuk terus berkembang dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara optimal.

1.2 Latar Belakang

Industri jasa saat ini berkembang pesat dan memainkan peran penting dalam perekonomian global maupun nasional. Perubahan gaya hidup masyarakat, kemajuan teknologi, serta meningkatnya ekspektasi pelanggan telah mendorong perusahaan jasa untuk terus berinovasi dalam memberikan layanan terbaik. Layanan jasa tidak lagi dipandang sebagai pelengkap, tetapi telah menjadi kebutuhan pokok masyarakat modern yang mengutamakan kenyamanan, kecepatan, dan kualitas dalam memenuhi berbagai keperluan hidup sehari-hari. Dalam konteks ini, kepuasan pelanggan menjadi indikator utama dalam menilai keberhasilan sebuah perusahaan jasa.

Menurut Kotler dan Keller (2020), kepuasan pelanggan diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja suatu produk atau jasa dengan harapannya. Dalam industri jasa, kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh pengalaman layanan yang diterima, yang mencakup aspek kualitas layanan, harga, dan interaksi dengan penyedia jasa (Zeithaml et al., 2021).

Studi oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) memperkenalkan model Servqual, yang mengidentifikasi lima dimensi utama dalam menilai kualitas layanan: *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Penelitian di berbagai sektor jasa menunjukkan bahwa peningkatan pada dimensi Servqual dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Chauhan et al., 2023).

Dalam industri jasa distribusi bahan bakar jenis biosolar, kepuasan pelanggan juga menjadi faktor kunci dalam mempertahankan keunggulan kompetitif. Pelanggan di sektor ini, baik perusahaan besar maupun konsumen individu, menuntut layanan yang cepat, akurat, dan profesional. *Responsiveness* dan *reliability* menjadi dua dimensi yang paling banyak mendapat perhatian, karena berkaitan langsung dengan efisiensi operasional dan kepercayaan pelanggan. Sementara itu, aspek *assurance* dan *empathy* turut berperan dalam menciptakan pengalaman layanan yang positif dan membangun hubungan jangka panjang. Penelitian oleh Brown et al. (2022) menunjukkan bahwa perusahaan yang secara konsisten memperbaiki aspek Servqual cenderung lebih sukses dalam mempertahankan basis pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka.

PT Indah Tiga Saudara adalah perusahaan yang bergerak di bidang distribusi biosolar, dengan target pasar utama berupa perusahaan menengah dan besar yang membutuhkan pasokan bahan bakar dalam jumlah besar secara berkala. Selain itu, perusahaan juga melayani konsumen individu seperti rumah tangga dan pemilik kendaraan pribadi. Namun, berdasarkan observasi awal dan umpan balik pelanggan, masih ditemukan berbagai keluhan terkait aspek layanan, terutama dalam hal kecepatan respons (*responsiveness*), keandalan layanan (*reliability*), dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan (*empathy*). Beberapa pelanggan juga menyoroti bahwa fasilitas fisik dan tampilan staf (*tangible*) masih perlu ditingkatkan agar dapat memberikan kesan profesionalisme yang lebih kuat.

Menariknya, PT Indah Tiga Saudara belum pernah melakukan survei kepuasan pelanggan sejak tahun 2011. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan informasi mengenai persepsi dan harapan pelanggan saat ini, khususnya dari segmen pelanggan [B2B/B2C]. Maka dari itu, peneliti merasa tertarik untuk melakukan

penelitian mengenai tingkat kepuasan pelanggan di PT Indah Tiga Saudara. Survei ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan berdasarkan indikator-indikator utama kualitas layanan, termasuk kecepatan, keakuratan, interaksi dengan staf, serta kemudahan akses terhadap layanan.

Untuk target pasar, PT Indah Tiga Saudara lebih fokus pada perusahaan besar dan menengah dalam sektor industri yang memerlukan pasokan bahan bakar secara teratur dan dalam jumlah besar. Di sisi lain, mereka juga menyasar konsumen individu, baik rumah tangga maupun pemilik kendaraan yang lebih memilih bahan bakar biosolar untuk keperluan pribadi mereka, baik untuk kebutuhan kendaraan atau kegiatan lainnya.

Positioning perusahaan ini adalah sebagai penyedia layanan biosolar yang unggul dalam hal kualitas, kecepatan, dan keandalan. PT Indah Tiga Saudara berusaha untuk membangun citra perusahaan yang dapat dipercaya dalam menyediakan layanan bahan bakar yang cepat dan efisien, serta memiliki fasilitas dan staf pelayanan yang profesional. Dengan meningkatkan kualitas di semua dimensi Servqual, perusahaan berharap dapat memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka. Selain itu, perusahaan ingin dikenal sebagai penyedia bahan bakar yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan, serta memiliki perhatian yang tinggi terhadap kepuasan dan kepercayaan mereka.

Dengan demikian, positioning yang diusung oleh PT Indah Tiga Saudara bertujuan untuk menciptakan hubungan yang kuat dengan pelanggan dan membangun reputasi sebagai penyedia layanan bahan bakar yang sangat berkualitas di pasar yang semakin kompetitif. Dari survey awal ditemukan beberapa permasalahan di PT Tiga Saudara, diantaranya :

Tabel 1.1 Identifikasi Masalah dan Temuan di PT Tiga Saudara

Aspek	Masalah yang Ditemui	Prosentase Keluhan Pelanggan
<i>Tangible</i> (Fasilitas & Staf)	Fasilitas fisik dan tampilan staf pelayanan dianggap kurang profesional	30%

<i>Reliability</i> (Keandalan)	Ketidakkonsistenan dalam penyampaian layanan	25%
<i>Responsiveness</i> (Kecepatan)	Waktu respon lambat dalam menangani permintaan atau keluhan pelanggan	40%
<i>Assurance</i> (Kepercayaan)	Kurangnya keyakinan terhadap kompetensi penyedia layanan	15%
<i>Empathy</i> (Perhatian)	Perhatian terhadap kebutuhan pelanggan masih kurang optimal	20%

Sumber: Data hasil observasi dan wawancara awal dengan pelanggan PT Indah Tiga Saudara.

Tabel di atas menggambarkan identifikasi masalah kualitas layanan yang dihadapi oleh PT Indah Tiga Saudara berdasarkan observasi awal dan umpan balik yang diterima dari pelanggan. Peneliti melakukan pengumpulan data langsung melalui survei kepada pelanggan yang mencakup berbagai aspek layanan yang diharapkan dapat memberi gambaran tentang dimensi-dimensi kualitas layanan yang perlu diperbaiki, mengacu pada model Servqual yang telah banyak diterapkan dalam industri jasa.

Aspek *tangible* menunjukkan bahwa pelanggan merasa fasilitas fisik dan tampilan staf pelayanan masih perlu ditingkatkan. Hal ini berkaitan dengan kesan pertama yang diberikan oleh perusahaan melalui fasilitas yang ada di lokasi layanan serta penampilan staf yang menjadi representasi profesionalisme perusahaan. Reliability, yang mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang konsisten dan dapat diandalkan, juga menjadi masalah utama, dengan banyak pelanggan yang merasa ada ketidakkonsistenan dalam layanan yang diterima.

Berdasarkan data yang telah diidentifikasi, perusahaan perlu mengambil langkah strategis untuk memperbaiki layanan di berbagai dimensi. Sebagai contoh, untuk aspek *tangible*, perusahaan perlu memperbarui fasilitas fisik mereka dan meningkatkan tampilan staf pelayanan untuk menciptakan kesan profesionalisme yang lebih kuat di mata pelanggan. Ini bisa mencakup pelatihan bagi staf untuk

tampil lebih rapi dan perbaikan terhadap fasilitas di lokasi layanan yang dapat memberikan kenyamanan bagi pelanggan.

Dalam hal reliability, perusahaan perlu meningkatkan konsistensi dalam memberikan layanan yang sesuai dengan janji atau harapan yang sudah dibangun sebelumnya. Hal ini membutuhkan perbaikan dalam manajemen operasional dan pelatihan bagi staf agar layanan yang diberikan sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan. Responsiveness, yang menjadi masalah terbesar, membutuhkan perbaikan dalam sistem komunikasi dan pengelolaan permintaan pelanggan, sehingga perusahaan dapat memberikan respon yang lebih cepat dan tepat. Penyediaan saluran komunikasi yang lebih efisien dan penerapan sistem pengelolaan permintaan yang lebih baik dapat menjadi solusi untuk masalah ini.

Assurance, atau kepercayaan terhadap kemampuan perusahaan dalam memberikan solusi, juga perlu ditingkatkan. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah dengan memberikan pelatihan lebih lanjut bagi staf agar mereka lebih percaya diri dan kompeten dalam menghadapi masalah pelanggan. Terakhir, untuk empathy, perusahaan perlu lebih mendengarkan kebutuhan spesifik pelanggan, memberikan perhatian lebih terhadap masalah mereka, serta berusaha untuk lebih proaktif dalam menawarkan solusi yang dapat memenuhi harapan pelanggan.

Masalah paling dominan, responsiveness, terkait dengan kecepatan layanan. Keluhan terkait waktu respon yang lama menjadi hal yang sering disoroti oleh pelanggan, yang menunjukkan bahwa PT Indah Tiga Saudara masih perlu meningkatkan kecepatan dalam merespon permintaan atau keluhan. Selain itu, masalah terkait dengan assurance juga diidentifikasi, di mana beberapa pelanggan merasa kurang yakin terhadap kompetensi penyedia layanan. Terakhir, empathy, atau perhatian terhadap kebutuhan spesifik pelanggan, menjadi aspek yang harus lebih diperhatikan agar pelanggan merasa lebih dihargai dan dipahami.

Dari hasil survei yang akan dilakukan, diukur beberapa indikator dalam survei memiliki keterkaitan langsung dengan model Servqual:

1. *Tangible*: Keluhan mengenai fasilitas fisik dan tampilan staf pelayanan menunjukkan bahwa aspek tangible masih perlu ditingkatkan.
2. *Reliability*: Beberapa pelanggan menyebutkan adanya ketidakkonsistenan dalam penyampaian layanan, yang mencerminkan bahwa reliability masih menjadi tantangan.
3. *Responsiveness*: Banyak pelanggan menyampaikan keluhan mengenai waktu respon yang lama dalam menangani permintaan layanan atau keluhan.
4. *Assurance*: Beberapa pelanggan merasa kurang yakin terhadap kompetensi dan kredibilitas penyedia layanan dalam memberikan solusi.
5. *Empathy*: Pelanggan menganggap bahwa perhatian dan pemahaman terhadap kebutuhan spesifik mereka masih kurang optimal.

Penelitian sebelumnya oleh Brown et al. (2022) menunjukkan bahwa kelima dimensi Servqual secara signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di industri jasa. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Widodo dan Hartono (2024), yang menekankan bahwa aspek *reliability* dan *responsiveness* merupakan faktor utama dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di sektor layanan.

Dalam industri yang terus berkembang, perusahaan penyedia layanan perlu secara rutin mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan mereka agar tetap relevan dan kompetitif. Studi oleh Zeithaml et al. (2021) menegaskan bahwa Servqual adalah metode yang efektif untuk mengukur dan meningkatkan kualitas layanan dalam industri jasa. Dalam industri [bidang industri PT Indah Tiga Saudara], perusahaan yang berhasil mempertahankan standar kualitas layanan yang tinggi cenderung memiliki tingkat retensi pelanggan yang lebih baik dan mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memperbarui dan mengukur kualitas pelayanan PT Indah Tiga Saudara dengan pendekatan Servqual. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis yang lebih akurat bagi perusahaan dalam

meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi mereka di pasar. Oleh karena itu, penelitian ini mengusung judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Indah Tiga Saudara Menggunakan Model Servqual.”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada beberapa pertanyaan utama:

1. Bagaimanakah kualitas layanan menurut konsumen PT Indah Tiga Saudara?
2. Bagaimanakah kepuasan pelanggan menurut konsumen PT Indah Tiga Saudara?
3. Seberapa besarkah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen PT Indah Tiga Saudara?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis kualitas layanan PT Indah Tiga Saudara berdasarkan persepsi konsumen.
2. Mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh PT Indah Tiga Saudara.
3. Mengukur seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT Indah Tiga Saudara.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1.5.1 Aspek Teoritis

1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori mengenai kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks industri jasa.
2. Menambah referensi empiris terkait penerapan metode Servqual dalam mengukur kualitas layanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

3. Memperkuat hasil penelitian sebelumnya mengenai hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dengan pendekatan yang lebih kontekstual dan berbasis data aktual.

1.5.2 Aspek Praktis

1. Memberikan gambaran nyata kepada PT Indah Tiga Saudara mengenai persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang mereka terima.
2. Menyediakan informasi yang dapat digunakan oleh manajemen PT Indah Tiga Saudara dalam menyusun strategi peningkatan kualitas layanan berdasarkan temuan penelitian.
3. Memberikan rekomendasi praktis bagi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan guna meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini diharapkan tidak hanya bermanfaat dalam ranah akademik tetapi juga memberikan solusi yang aplikatif bagi PT Indah Tiga Saudara dalam meningkatkan kualitas layanan mereka.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir ini disusun untuk memberikan gambaran sistematis mengenai isi penelitian. Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori-teori yang relevan dengan penelitian, termasuk konsep kualitas layanan, kepuasan pelanggan, serta model Servqual yang digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, bab ini juga mencakup penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini serta kerangka konseptual yang menjadi dasar analisis.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, meliputi desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian berdasarkan data yang diperoleh serta pembahasannya dalam kaitannya dengan teori dan penelitian terdahulu. Analisis dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran yang dapat diberikan berdasarkan temuan penelitian. Saran ditujukan bagi perusahaan maupun penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini berisi referensi atau sumber yang digunakan dalam penelitian, baik berupa buku, jurnal, artikel ilmiah, maupun sumber relevan lainnya.

LAMPIRAN

Bagian ini memuat dokumen tambahan yang mendukung penelitian, seperti kuesioner, hasil analisis data, serta dokumen pendukung lainnya.

Sistematika ini bertujuan untuk memberikan alur penelitian yang jelas dan sistematis sehingga penelitian dapat dipahami dengan baik.