

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis menuntut setiap perusahaan untuk merancang dan menerapkan berbagai macam strategi yang tepat. Hal ini merupakan salah satu upaya agar perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dengan harapan agar perusahaan mampu untuk bertahan bahkan mampu memenangkan persaingan dari kompetitor yang ada. Salah satu tolak ukur yang menjadi pertimbangan keputusan konsumen dalam sektor bisnis jasa adalah tidak berwujud, heterogenitas, tidak dapat dipisahkan, dan tidak tahan lama. Perusahaan persewaan mobil ini menerapkan berbagai strategi untuk mempengaruhi keputusan konsumen, strategi tersebut diantaranya: dengan memberikan Harga/ tarif sewa yang kompetitif, menggunakan berbagai macam media komunikasi untuk mempromosikan usahanya, serta lebih meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen. Kepuasan yang dirasakan konsumen akan berpengaruh terhadap pemakain kembali jasa persewaan mobil.

Kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan pengusaha dalam menjalankan bisnis yang dimana itu sangat berpengaruh dalam pertumbuhan penjualan untuk jangka waktu kedepannya. Menentukan baik atau buruknya penjualan yang dilakukan oleh perusahaan.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler dalam Faradina 2016).

Jika produk atau jasa yang dijual jauh dibawah harapan, maka konsumen akan merasa kecewa. Sebaliknya, jika produk atau jasa tersebut memenuhi harapan, konsumen akan merasa puas. Apabila konsumen merasa puas, maka konsumen akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi puas atau tidaknya konsumen seperti harga, promosi, dan kualitas pelayanan.

Harga menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang mana jika harga dipatok terlalu tinggi dan tidak sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen maka konsumen merasa tidak puas. Harga adalah besaran yang dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang dijual (Fadil dan Priyo, 2015). Selain harga, promosi juga menjadi faktor yang berpengaruh. Menurut Agus Hermawan (2013) promosi merupakan salah satu prioritas dari kegiatan pemasaran yang diberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan sebuah produk baru yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian dalam jangka waktu yang tidak ditentukan. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor penting terhadap kepuasan konsumen, jika keinginan dan kebutuhan konsumen terpenuhi melalui pelayanan yang diberikan oleh karyawan secara cepat dan tanggap, maka respon dan komunikasi karyawan kepada konsumen akan terjalin dengan baik dan konsumen akan merasa terpenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Salah satu perusahaan yang menjaga kepuasan konsumen yaitu, PT. Adi Sarana Armada Tbk (ASSA). Dimana perusahaan ini adalah perusahaan layanan

transportasi terbesar di Indonesia yang menyediakan jasa penyewaan kendaraan untuk korporasi, transportasi logistik, layanan pengemudi, balai lelang otomotif, serta layanan berbagai kendaraan. PT. Adi Sarana Armada (ASSA) tidak hanya menawarkan pelayanan jasa transportasi tetapi juga memberikan layanan terbaik dengan komitmen untuk meraih pencapaian tertinggi dalam kualitas pelayanan terhadap pelanggan, hubungan antar karyawan & nilai pemegang saham.

PT. Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) menawarkan sebuah konsep kepada konsumen dengan memiliki pelayanan utama yaitu penyewaan kendaraan jangka panjang dan *car pooling*. Pelayanan utama ini membuat konsumen puas atas jasa yang diberikan PT. Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) dan menjadi pembeda dengan kompetitor lain.

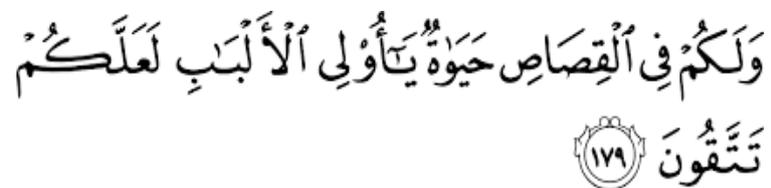
Salah satu layanan yang ada pada PT. Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) yaitu *Share Car*. *Share car* adalah aplikasi sewa mobil *Self Drive* mulai dari hitungan jam, *Share Car* bisa digunakan kapan saja untuk berbagai kebutuhan, baik urusan kantor atau pribadi. Tarif sewa sudah termasuk bensin, asuransi kendaraan dan biaya parkir di lokasi *Share Car*.

Sejak dulu masyarakat lebih membutuhkan rumah dari pada kendaraan pribadi karena kendaraan pribadi membutuhkan banyak biaya perawatan maka dari itu *Share Car* hadir untuk menjawab kebutuhan masyarakat pada saat ini. *Share Car* menawarkan harga yang terjangkau untuk kalangan menengah dengan tetap mengedepankan kualitas pelayanan terbaik dan promosi yang menarik.

Islam mengatur seluruh kehidupan yang berhubungan dengan manusia, termaksud dalam pelaksanaan memenuhi kebutuhan hidup hingga mencapai kepuasannya tersendiri. Memenuhi kebutuhan hidup merupakan suatu bentuk

interaksi antara sesama manusia, sebagai usaha dari manusia tersebut untuk mempertahankan dan memenuhi kebutuhan hidupnya. Kebutuhan merupakan cerminan perasaan atau persepsi rasa tidak puas atau rasa kekurangan yang ada dalam diri manusia yang ingin dipenuhi agar meraih kepuasan.

Menurut Al-Syathibi, rumusan kebutuhan dalam islam terdiri dari tiga macam, yaitu dharuriyat (primer), hajiyyat (sekunder) dan Tahsiyat (tersier). Dharuriyat adalah kebutuhan paling utama dan paling penting. Kebutuhan ini harus terpenuhi agar manusia dapat hidup layak. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi hidup manusia akan terancam didunia maupun di akhirat. Kebutuhan ini meliputi *Khifdu din* (menjaga agama), *khidu nafs* (menjaga kehidupan), *khifdu 'agl* (menjaga akal), *khifdu nasl* (menjaga keturunan), dan *khifdu mal* (menjaga harta) untuk menjaga kelima unsur tersebut maka syari'at Islam diturunkan. Sesuai dengan firman Allah SWT, dalam QS. Al-Baqarah : 179



Artinya: “Dan dalam qishash itu ada (jaminan kelangsungan) hidup bagimu hai orang-orang yang berakal, supaya kamu bertakwa.” (QS. Al-Baqarah: (2) : (179)).

Sesuai dengan hadist di atas maka islam sudah mengatur bagaimana kebutuhan hidup manusia. Dimana kebutuhan manusia akan menghasilkan kepuasan dari pribadi itu sendiri, seperti sewa menyewa yang telah dilakukan dari zaman ke zaman.

Berdasarkan dari permasalahan tersebut, maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Aplikasi *Share Car* PT. Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) dan Ditinjau dari Sudut Pandang Islam”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Share Car* pada PT. Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) ?
2. Bagaimana Promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Share Car* pada PT. Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) ?
3. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Share Car* pada PT. Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) ?
4. Bagaimana harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Share Car* pada PT. Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) ?
5. Bagaimana pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *Share Car* pada PT. Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) ditinjau dari sudut pandang Islam ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen *Share Car* pada PT. Adi Sarana Armada Tbk (ASSA).
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen *Share Car* pada PT. Adi Sarana Armada Tbk (ASSA).
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen *Share Car* pada PT. Adi Sarana Armada Tbk (ASSA).

4. Untuk mengetahui harga, promosi, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *Share Car* pada PT. Adi Sarana Armada Tbk (ASSA).
5. Untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *Share Car* pada PT. Adi Sarana Armada Tbk (ASSA) ditinjau dari sudut pandang Islam Pada.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak yang berkepentingan antara lain sebagai berikut :

1. **Manfaat Bagi Penulis**

Untuk menerapkan teori – teori dan pengetahuan yang didapat dibangku kuliah ke dalam masalah yang sebenarnya terjadi dan juga menjadi pengetahuan tambahan.

2. **Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi perusahaan untuk mengetahui informasi tentang pengaruh dari harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3. **Bagi Pembaca**

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi maupun bahan studi banding bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji permasalahan serupa khususnya mengenai masalah harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.