

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

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.

Pertumbuhan bisnis dan perkembangan ekonomi lokal di Bontang Kalimantan Timur, menuntut adanya solusi transportasi yang efisien, khususnya bagi perusahaan-perusahaan yang membutuhkan mobilitas tinggi. Melihat adanya peluang tersebut, mulai bermunculan bisnis di bidang jasa persewaan mobil di kota Bontang. Salah satunya PT Buana Jaya Rentama hadir sebagai jawaban atas kebutuhan tersebut dengan menyediakan layanan rental mobil yang handal dan efektif.

Menurut Kotler & Armstrong (2019), menjelaskan produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk adalah suatu yang bersifat kompleks, yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, yang di dalamnya termasuk kemasan, harga, prestise perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Kemudian produk sendiri diklasifikasikan menjadi 2, yaitu jasa dan barang. Produk jasa hanya dapat dirasakan (*intangible*), sedangkan produk barang bisa dilihat dan dirasakan

(*tangible*). Adapun sewa mobil merupakan bagian dari produk jasa. Pada perusahaan jasa, output yang dihasilkan memiliki karakteristik tidak berwujud, heterogenitas, tidak dapat dipisahkan, dan tidak tahan lama. Perusahaan persewaan mobil menerapkan berbagai strategi untuk mempengaruhi keputusan konsumen, strategi tersebut diantaranya dengan; lebih meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen, memberikan harga tarif sewa yang kompetitif, serta menggunakan berbagai macam media komunikasi untuk mempromosikan usahanya.

Salah satu tolak ukur yang menjadi pertimbangan keputusan konsumen dalam sektor bisnis jasa adalah kualitas pelayanan jasa yang ditawarkan. Kualitas layanan yang diberikan perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menentukan produk atau jasa yang dipilihnya. Komitmen perusahaan dalam memberikan pelayanan sangat dibutuhkan adanya kesungguhan yang mengandung unsur kualitas layanan yang dapat diandalkan, kecepatan daya tanggap, keramahan dan kesopanan yang terintegrasi sehingga manfaat yang besar akan di peroleh. Menurut Kotler (2019), pelayanan adalah penawaran tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dengan demikian proses perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan jasa yang berkesinambungan sangat perlu dilakukan oleh perusahaan.

Dalam perjalanannya, PT Buana Jaya Rentama telah memperoleh reputasi sebagai perusahaan yang memiliki komitmen tinggi dalam memberikan layanan berkualitas kepada pelanggan dan sampai saat ini telah memiliki lebih dari 1000

unit kendaraan dengan berbagai macam jenis kendaraan. Adapun jenis dan tipe merek mobil yang di sediakan oleh PT Buana Jaya Rentama untuk di sewakan kepada konsumen ada sebagai berikut:

Tabel 1.1 Daftar Mobil Sewa PT Buana Jaya Rentama Bontang Tahun 2023

Jenis Mobil	Tipe Mobil	Jumlah Unit
Small MPV	Toyota Innova Reborn	25
	Toyota Avanza	25
SUV	Xpander	25
	Honda CRV	25
	Toyota Rush	25
	Toyota Harrier	15
	Fortuner VRZ 4x4	30
	Pajero GLX 4x4	30
Double Cabin	Triton GLS 4x4	300
	Hilux DC 4x4	300
	Hilux SC	300
Bus	Microbus Elf	15
	Toyota Hiace Premio	15
	Mercedez Benz	10
	MITSUBISHI FE 84 4X4	10
Total		1150

(Sumber: Data PT Buana Jaya Rentama Bontang)

Dari data tabel di atas terdapat 1 150 unit mobil yang di operasionalkan untuk di rental terdiri dari 4 jenis mobil yaitu Small MPV, SUV, Double Cabin dan Bus. Berdasarkan analisis penulis di lapangan di tempat penelitian ada 2 alasan seseorang menggunakan jasa mobil rental yang pertama yaitu untuk keperluan pribadi dan kedua untuk keperluan bisnis sebagai kelancaran operasional bisnisnya seperti sistem rental kontrak per bulan atau per tahun.

Namun seiring dengan bertambahnya reputasi perusahaan, bisnis jasa tidak lepas dari hal – hal yang kurang memuaskan bagi konsumen misalnya pada bisnis rental mobil keluhan-keluhan yang sering terjadi terdapat masalah dalam pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, antara lain:

Tabel 1.2 Data Keluhan Pelayanan Mobil Sewa PT Buana Jaya Rentama Bontang Tahun 2023

No.	Masalah dalam pelayanan
1.	Ban mobil yang terlihat sudah tidak layak pakai
2.	Negosiasi harga
3.	Konsumen meminta mobil tahun tinggi
4.	Tampilan body mobil yang tidak mulus (lecet)
5.	Mobil yang kotor akibat belum sempat di cuci sudah di gunakan
6.	STNK unit baru lambat terbit
7.	Pemberitahuan perpanjangan kontrak telat di informasikan

(Sumber: Data PT Buana Jaya Rentama Bontang)

Yang menjadi masalah adalah bagaimana pemilik bisnis rental mobil mengatasi keluhan pelayanan dari konsumen. Ketidakpuasan pelayanan kepada konsumen

dapat disebabkan oleh bermacam-macam hal dan nantinya akan menimbulkan keputusan sewa kepada perusahaan. Maka hal inilah yang ingin diteliti oleh peneliti di sini adalah bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa kepada penyewa jasa.

Selain kualitas pelayanan, persepsi harga sewa juga memainkan peranan penting dalam keputusan sewa mobil. Harga merupakan salah satu faktor utama yang dipertimbangkan konsumen ketika memilih penyedia jasa sewa mobil. Persepsi harga yang dianggap wajar dan sebanding dengan nilai yang diterima dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan layanan tertentu. Oleh karena itu, perusahaan perlu menetapkan harga yang kompetitif dan transparan untuk menarik minat pelanggan. Persepsi harga bisa dipengaruhi oleh banyak faktor berbeda, termasuk pengalaman sebelumnya, serta faktor eksternal seperti kondisi bisnis internasional. Seseorang bisa menganggap suatu produk mahal atau murah berdasarkan pemahamannya kepada nilai yang diberikan produk itu relatif kepada harga yang ditawarkan. Persepsi harga juga bisa berubah. Oleh sebab itu, memahami persepsi harga pelanggan penting bagi bisnis untuk merancang strategi penetapan harga yang efektif serta memahami bagaimana cara mendorong pelanggan untuk membeli product atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan Peter serta Olson dalam Kapirossi & Prabowo (2023) persepsi harga merupakan menyangkut bagaimana informasi harga dipahami oleh pelanggan serta dibuat bermakna oleh mereka. Beserta begitu persepsi harga harga sangat berpengaruh kepada kedua belah pihak antara penjual serta pembeli. Dalam konteks pemasaran, harga mempunyai peran penting dalam membentuk persepsi pelanggan kepada nilai

suatu product atau layanan. Inti permasalahan harga sering kali muncul sebab dinamika antara harga yang ditetapkan oleh penyedia produk atau jasa serta persepsi nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Maka dari itu yang ingin diteliti di sini yaitu persepsi harga sewa yang di bayarkan oleh penyewa jasa kepada penyedia jasa.

Dalam usaha jasa rental mobil pada PT Buana Jaya Rentama Bontang ini menggunakan beberapa strategi pemasaran dengan menggunakan promosi. Promosi, sebagai bagian dari strategi pemasaran, juga memengaruhi keputusan sewa mobil. Promosi yang efektif dapat menciptakan kesadaran, minat, dan motivasi bagi konsumen untuk menggunakan layanan. Berbagai bentuk promosi, seperti diskon, paket bundling, dan program loyalitas, dapat meningkatkan daya tarik layanan penyewaan mobil dan mendorong pelanggan untuk membuat keputusan sewa.



Gambar 1.1 Website Promosi PT Buana Jaya Rentama

Promosi menurut Arianty (2019), merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan

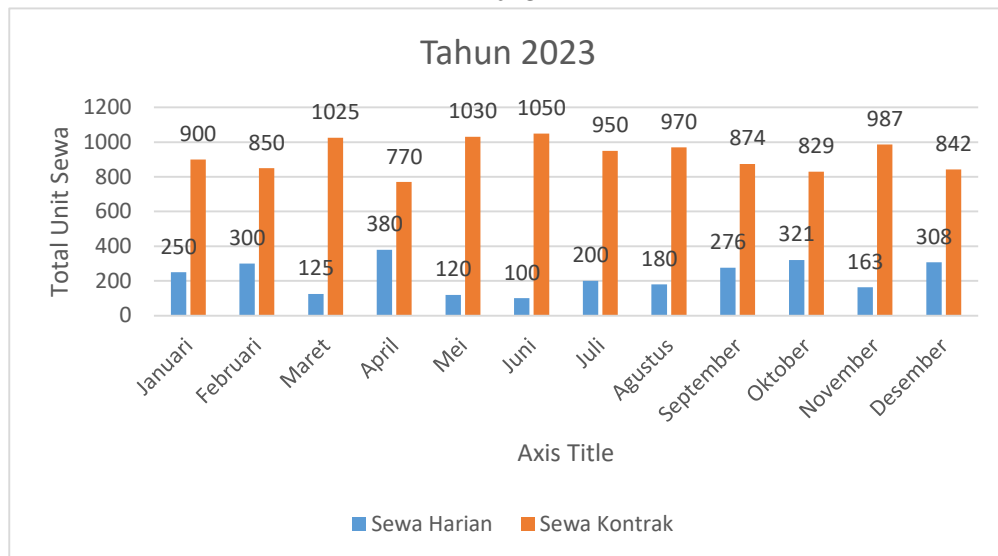
produk. Upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan menggunakan berbagai platform untuk dapat menembus media yang beragam atau dengan kata lain periklanan produk di berbagai media. Program promosi terutama periklanan dalam banyak kasus selalu menghabiskan anggaran dana yang cukup besar.

Namun hal tersebut seharusnya tidak menjadi masalah bagi perusahaan, karena untuk membangun merek hal tersebut perlu dilakukan agar dapat mempertahankan para pelanggannya. Hal yang menjadi masalah dalam promosi adalah sasaran promosi yang tidak tepat dan jangkauan promosi yang kurang luas. Pemasaran dan perencanaan media sering kali tidak paham media apa yang cocok untuk mempromosikan produknya karena jumlah media yang sudah banyak. Saat ini, banyak perusahaan baru yang menawarkan berbagai produk dengan menerapkan strategi pemasaran yang bermacam-macam guna menarik perhatian calon konsumen untuk menggunakan produknya, terutama pemasaran di dunia digital.

Berbagai perusahaan mulai mempromosikan produk dan perusahaannya lewat berbagai media digital dengan konten yang bervariasi. Konten tersebut berisi berbagai kelebihan dari produk yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan menawarkan produk melalui berbagai media iklan, diharapkan perusahaan nantinya dapat memperoleh keuntungan dari apa yang dilakukan sebelumnya dalam upaya mempromosikan produk.

Berikut data sewa mobil harian dan kontrak dari daftar jumlah konsumen yang menggunakan jasa rental mobil pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1.3 Data Sewa Mobil Pada PT Buana Jaya Rentama Bontang Tahun 2023



(Sumber: Data PT Buana Jaya Rentama Bontang)

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah sewa unit yang terjadi di setiap bulannya selama satu tahun mengalami perubahan naik turun yang cukup signifikan, hal tersebut akan berdampak pada perusahaan jika masalah tersebut tidak dapat segera teratasi dengan baik.

Menurut Rachman & Dermawan (2023) dalam judul penelitiannya yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Sewa Toilet Portabel di PT Sewatoilet Indonesia menyebutkan dari hasil penelitiannya bahwa diantara Kualitas Pelayanan dan Harga yang variabel dominan dalam mempengaruhi keputusan sewa toilet portabel di PT Sewa toilet Indonesia sangat berpengaruh pada keputusan sewa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil dari penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan harga secara parsial memiliki pengaruh secara positif terhadap keputusan sewa.

Selain itu dalam penelitian Angelia (2019) yang berjudul Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Sewa Gudang (Studi Kasus Pada Kawasan Industri Marunda Center Bekasi) menyebutkan hasil dari penelitiannya persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa. Lokasi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan sewa. Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa. Dalam penelitian yang dilakukan Fitriyanto (2019) dengan judul Analisis Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Sewa Lapangan Tunjang Futsal Stadium. Menunjukkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah variabel lokasi, fasilitas dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa. Ini berarti bahwa variasi kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi dapat menjelaskan variasi keputusan sewa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga sewa, dan promosi terhadap keputusan sewa mobil. Dengan memahami hubungan antara ketiga faktor tersebut, diharapkan perusahaan penyewaan mobil dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memaksimalkan keuntungan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori pemasaran jasa, khususnya dalam konteks penyewaan mobil.

Oleh karena itu, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana kualitas pelayanan, persepsi harga sewa, dan promosi berinteraksi dan mempengaruhi keputusan sewa mobil. Dengan melakukan analisis yang mendalam, diharapkan dapat diperoleh wawasan yang bermanfaat bagi praktisi industri penyewaan mobil

untuk meningkatkan kualitas layanan dan strategi pemasaran mereka. Berdasarkan uraian diatas penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa mobil rental dengan judul yang di angkat oleh penulis yaitu: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Sewa Dan Efektivitas Promosi Terhadap Keputusan Sewa Mobil Pt Buana Jaya Rentama Di Kota Bontang.”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan sewa mobil PT Buana Jaya Rentama di Kota Bontang?
2. Apakah persepsi harga sewa berpengaruh terhadap keputusan sewa mobil PT Buana Jaya Rentama di Kota Bontang?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan sewa mobil PT Buana Jaya Rentama di Kota Bontang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, tujuan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan sewa mobil PT Buana Jaya Rentama di Kota Bontang

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga sewa terhadap keputusan sewa mobil PT Buana Jaya Rentama di Kota Bontang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan sewa mobil PT Buana Jaya Rentama di Kota Bontang.

1.4. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi Instansi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan bagi perusahaan terkait untuk dapat meningkatkan jumlah sewa mobil PT Buana Jaya Rentama.

2. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menjadi acuan dan ilmu pengetahuan terkait Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Sewa dan Promosi terhadap Keputusan Sewa Mobil PT Buana Jaya Rentama di Kota Bontang. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi tambahan informasi untuk penelitian selanjutnya agar mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan, persepsi harga sewa dan promosi terhadap keputusan sewa.

3. Bagi Peneliti

Dengan hasil penelitian ini, dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya pada konsentrasi manajemen pemasaran terutama pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan sewa.