

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang, dalam membangun suatu usaha dibutuhkan kreatifitas dan inovasi dalam membangun suatu usaha sehingga berbeda daripada lainnya dan berbeda dengan kompetitor lainnya. Dalam membangun suatu usaha, peluang usaha menjadi faktor yang berpengaruh untuk membangun suatu usaha. Peluang usaha adalah kesempatan yang datang pada waktu tertentu yang tidak boleh dilewatkan oleh seorang wirausahawan untuk memperoleh keuntungan. Selain ini, peluang usaha juga diartikan sebagai kesempatan yang dimiliki oleh wirausahawan untuk melakukan atau memulai sesuatu yang baru. (<https://www.idjoel.com/>, diunduh pada 1 Oktober 2016).

Dalam menemukan ide dalam membangun suatu usaha dapat dilakukan dengan metode: (1) Melakukan riset produk dan bisnis yang sudah ada; (2) Mengikuti atau mempelajari usaha lain yang telah berdiri; (3) Mempelajari pengalaman orang lain; (4) Mempelajari apa yang sedang berkembang. Wirausahawan dapat melihat kondisi lingkungan dan usaha yang telah berkembang untuk membangun suatu usaha. Wirausahawan dapat melihat kekurangan usaha yang telah ada dan memperbaikinya kekurangan tersebut dengan membuka usaha pada bidang yang sama. Selain itu wirausahawan juga harus berpikir *out of the box*/berpikir berbeda dalam membangun suatu usaha. Wirausahawan harus melihat peluang bisnis yang belum dijalankan oleh wirausahawan yang lainnya untuk memulai dan menjalankan usaha yang baru (<http://www.asritadda.com/>, diunduh pada 1 Oktober 2016), terlebih lagi di masa Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang sudah dimulai pada awal tahun 2016.

Dalam menghadapi MEA, persiapan yang matang dibutuhkan bagi bidang industri-industri yang ada untuk melihat apakah dapat bersaing dengan negara – negara Asean lainnya. Kesiapan memberi kualitas layanan terhadap pelanggan, produktivitas kerja, dan kualitas produk atau jasa sudah menjadi tuntutan. Arus barang, jasa, dan manusia akan dibuka selebar – lebarnya untuk negara asia tenggara. Sumber Daya Manusia menjadi salah satu faktor penentu keunggulan

tidaknya suatu negara. Bagi industri jasa, faktor sumber daya manusia juga akan menentukan baik tidaknya kualitas layanan yang akan diikuti dengan kepuasan pelanggan. Tidak hanya faktor ini saja, faktor kualitas produk dan produktivitas yang disertai dengan kreativitas manusia akan menjadi penentu apakah sebuah industri jasa akan mampu bertahan dalam persaingan di MEA ini (<http://id.stie-stmy.ac.id/>, diunduh pada 1 Oktober 2016). Terlebih lagi, pertumbuhan industri jasa di Indonesia lebih besar dibandingkan industri manufaktur. menunjukkan pertumbuhan industri jasa (transportasi dan logistik) 15,2 % pada tahun 2015 dibandingkan industri manufaktur yang tumbuh 7,5% pada tahun yang sama ([industry.kontan.co.id](http://industry.kontan.co.id), diunduh pada 1 Oktober 2016). ([www.mag.co.id](http://www.mag.co.id), diunduh pada 1 Oktober 2016). Salah satu industri jasa yang berkembang dengan pesat adalah toilet portable.

Toilet portable merupakan salah satu bentuk kreativitas manusia. Toilet pada umumnya adalah perlengkapan yang digunakan untuk pembuangan kotoran manusia. Terdapat berbagai jenis toilet di dunia, yaitu jenis toilet duduk dan toilet jongkok. Toilet duduk mempunyai fasilitas umum penyiraman. Toilet duduk seperti ini banyak dijumpai di Negara Barat. Toilet jongkok ini banyak dijumpai Negara Asia Tenggara, Asia Timur, India, dan Eropa. Toilet pada umumnya seperti toilet di rumah, di tempat umum, dan di tempat lainnya tidak dapat dipindahkan kemana – mana karena mempunyai saluran yang menyatu dengan gedung (<https://id.wikipedia.org/>, diunduh pada 1 Oktober 2016).

Toilet portable ini merupakan toilet yang dapat dipindah – pindahkan dengan mudah. Toilet portable pada umumnya terbuat dari bahan fiberglass sehingga dapat diangkat dan diletakkan dengan mudah dimana saja. Toilet portable digunakan untuk proyek pembangunan, *event - event (outdoor)*, tempat wisata, tempat rekreasi, dan tempat lainnya yang tidak mempunyai toilet. Toilet portable mempunyai fasilitas seperti: lampu, wastafel, pengharum ruangan, gantungan baju, closet duduk atau jongkok, tisu, dan sabun tangan. Toilet portable pada umumnya dilengkapi oleh toren air yang terletak di atap toilet portable. Toren air dapat diisi memalui pipa yang dihubungkan dengan penampungan air bersih yang telah disediakan dan septictank terletak di bagian bawah toilet portable (<https://www.bersosial.com/>, diunduh pada 1 Oktober 2016).

Terdapat dua metode cara pembuangan limbah dalam toilet portable secara umum yaitu: (1) Lubang pembuangan septictank dapat ditutup dengan menggunakan DOP sehingga apabila septictank sudah penuh maka dapat disedot dengan lubang drain melalui jasa sedot wc; dan (2) Lubang pembuangan septictank dapat dihubungkan dengan pipa dan disalurkan ke pembuangan penampungan yang tersedia sehingga tanpa menggunakan jasa sedot wc. Pada bagian toilet portable terdapat beberapa lubang yang mempunyai fungsi yang berbeda – beda: (1) *Drain*: lubang yang digunakan untuk sedot limbah; (2) *Ventilasi*: lubang yang digunakan untuk ventilasi pada septic tank; (3) *Out Septictank*: lubang yang digunakan untuk mengeluarkan limbah dengan pipa tambahan ke penampungan limbah yang telah disediakan; (4) *Out Floor*: lubang yang digunakan untuk membuang air yang telah jatuh di lantai toilet portable melalui filter air yang berada di lantai (<https://www.bersosial.com/>, diunduh pada 1 Oktober 2016).

Usaha jasa penyewaan toilet portable ini di Indonesia sendiri mulai berkembang karena adanya perhatian pemerintah dalam menjaga masalah sanitasi dan kebersihan lingkungan kota untuk menghasilkan kenyamanan berupa Peraturan Pemerintah dari Menteri Pekerjaan Umum no 47/PRI/ M/2015 yang mengatur mengenai pelaksanaan sanitasi pada proyek – proyek infrastruktur. Isi Peraturan Menteri Pekerjaan Umum no 47/PRI/ M/2015: Bidang Sanitasi ini diselenggarakan dengan tujuan meningkatkan kinerja prasarana dan sarana bidang infrastruktur serta meningkatkan cakupan pelayanan sanitasi untuk meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat di kabupaten/kota. Penyelenggaraan Peraturan Menteri ini mengacu kepada amanat Undang Undang No. 7 Tahun 2004 tentang Sumber Daya Air pada Pasal 21 ayat (1) bahwa perlindungan dan pelestarian sumber air ditujukan untuk melindungi dan melestarikan sumber air beserta lingkungan keberadaannya terhadap kerusakan atau gangguan yang disebabkan oleh daya alam, termasuk kekeringan dan yang disebabkan oleh tindakan manusia; yang dilakukan melalui pengaturan prasarana dan sarana sanitasi. Pelaksanaan Kegiatan Sanitasi untuk Fasilitas Publik, Kawasan Komersil, Kawasan Permukiman Padat di Pusat Pertumbuhan Kota/ Kecamatan serta untuk proyek pembangunan dilaksanakan secara kontraktual kepada Penyedia Jasa atau secara swakelola. Salah satu perusahaan jasa penyewaan toilet portable yang

cukupternama di Indonesia adalah PT. Sewatoilet Indonesia.(<http://birohukum.pu.go.id/>,diunduh pada 1 Oktober 2016)



**Gambar 1.1 Sewatoilet.com**

Sumber. Sewatoilet.com (diunduh pada 1 Oktober 2016)

PT. Sewatoilet Indonesia adalah perusahaan swasta terbesar di Indonesia yang bergerak dalam bidang persewaan portable toilet. Berawal dari pembuatan Mobile Toilet khusus untuk tamu VIP pada tahun 2008, perusahaan ini terus melakukan pengembangan usaha. Perusahaan ini mempunyai pengalaman dalam bidang *waste management* sejak tahun 2005, perusahaan ini dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada para klien mereka.PT. Sewatoilet Indonesia berpusat di Surabaya (Jalan Panjang Jiwo 46 48 Ruko Panji Makmur Blok D No 7, Kota SBY, Jawa Timur 60299) dan mempunyai cabang di sebagian kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Medan, Bandung, Semarang, Batam, dan lainnya(<http://sewatoilet.com/>, diunduh pada 1 Oktober 2016).

Pada Bulan Februari Tahun 2012, PT. Sewatoilet Indonesia telah resmi menjadi member PSAI (Portable Sanitation Association International). PSAI adalah asosiasi perdagangan nirlaba yang melayani industri sanitasi portable sejak tahun 1971 dan beranggota perusahaan perusahaan yang bergerak dalam bidang sanitasi portable, perusahaan penyedia barang dan jasa sanitasi portable. Hal ini

menjadikan PT. Sewatoilet Indonesia sebagai anggota pertama dan satu satunya di Indonesia (<http://sewatoilet.com/>, diunduh pada 1 Oktober 2016).

Pesaing dari PT.Sewatoilet Indonesia adalah Varda Portable Restroom.Houtman Simanjuntak mendirikan Varda karena merasa sangat prihatin melihat bahwa kegiatan masyarakat yang melibatkan ratusan orang seperti konstruksi, pariwisata, olah raga, piknik bersama, pesta dan kegiatan keagamaan masih kurang dilengkapi dengan fasilitas kebutuhan dasar yakni fasilitas toilet yang memadai. Varda ingin berperan aktif dalam proses perbaikan lingkungan kesehatan masyarakat secara langsung.Varda telah membangun infrastruktur pelayanan portable toilet dengan lengkap dengan melatih semua karyawan agar melayani kebutuhan klien dengan sepenuh hati. Varda ingin membantu klien agar bisa fokus terhadap bisnis utama mereka. (<http://varda.co.id/about/>, diunduh pada 22 Desember 2016)



**Gambar 1.2 Portable Sanitation Association International**

Sumber. Sewatoilet.com (diunduh pada 1 Oktober 2016)

Kualitas toilet portable yang dimiliki oleh PT. Sewatoilet Indonesia telah melewati pengujian kualitas produk sejak tahun 1970. Produk toilet portable yang dimiliki terbuat dari bahan pilihan dan proses produksi yang sesuai dengan standar internasional. PT Sewatoilet Indonesia tersertifikasi ISO:9001 pada tanggal 18 Bulan Desember Tahun 2013 dan menjadi satu – satunya Perusahaan jasa Toilet Portable di Indonesia yang memiliki sertifikat ISO:9001(<http://sewatoilet.com/>, diunduh pada 1 Oktober 2016). ISO:9001 adalah sertifikasi yang berorientasi pada layanan pelanggan dan standar manajemen mutu yang diadopsi oleh International Organization for Standardization (ISO). Organisasi yang mempunyai sertifikasi ini

harus menunjukkan kemampuan untuk memenuhi atau melampaui kepuasan pelanggan dalam hal fungsi produk, kualitas, dan kinerja. Sertifikasi ini memberikan rasa kepercayaan kepada pelanggan bahwa perusahaan yang mempunyai sertifikasi ini beroperasi sesuai standar internasional yang ditetapkan (<http://www.ossertification.co.id/>, diunduh pada 1 Oktober 2016).



**Gambar 1.3 ISO 9001 Quality Management**

Sumber. Sewatoilet.com (diunduh pada 1 Oktober 2016)

Adanya sertifikasi ini menunjukkan bahwa PT. Sewatoilet Indonesia mendapat pengakuan internasional. Hal ini penting bagi PT. Sewatoilet Indonesia yang bergerak menjadi supplier produk – produk mereka yang berasal dari luar negeri. Penghargaan lain yang dimiliki oleh PT. Sewatoilet Indonesia adalah testimoni – testimoni yang disampaikan oleh konsumen dan pelanggan yang telah menggunakan produk dari perusahaan ini. (<http://www.ossertification.co.id/>, diunduh pada 1 Oktober 2016).

Pada saat ini usaha jasa toilet portable bertumbuh dengan pesat dengan mulai banyaknya pengusaha – pengusaha yang bekerja usaha toilet portable ini. Karena banyaknya pesaing yang telah muncul maka suatu usaha perlu menjaga *consumer loyalty* apalagi sebagai *market leader*. Dalam berbagai penelitian, *customer loyalty* dipengaruhi oleh *customer satisfaction*. Untuk Mencapai *customer satisfaction* maka dibutuhkan *product quality* dan *service quality*, serta *pricedan promotion*. (<http://ewintribengkulu.blogspot.com/>, diunduh pada 1 Oktober 2016). (<http://erwanharmawanto.blogspot.co.id/>, diunduh pada 1 Oktober 2016)

Pada penelitian ini variabel independen yang digunakan berdasarkan fenomena pada perusahaan tersebut. PT.SewaToilet Indonesia menyadari 4 variabel, yaitu *Price*, *Promotion*, *Product Quality*, dan *Service Quality* ini

merupakan variabel utama untuk dalam mengetahui kepuasan pelanggan PT.sewatoilet Indonesia. (Lampiran F-1)

Menurut Widjaja (2009), *Customer Loyalty* adalah komitmen pelanggan dalam membeli suatu produk atau jasa secara berkelanjutan dan tidak terpengaruh terhadap perubahan lingkungan seperti dengan banyaknya pesaing atau penjual lainnya yang menjual produk yang sama dengan harga yang lebih rendah yang dapat menyebabkan pelanggan untuk pindah membeli produk lain atau jasa lainnya. Loyalitas pelanggan ditujukan dengan banyaknya organisasi swasta dan pemerintah yang pernah menggunakan jasa penyewaan jasa toilet portable dalam melaksanakan *event* dan tertarik menggunakan jasa kembali, pelanggan menyarankan pelanggan lain dalam menjalankan komunikasi mengenai kerjasama yang akan datang. (<http://sewatoilet.com/>, diunduh pada 1 Oktober 2016).



**Gambar 1.4 Testimonial Customer Loyalty PT. Sewatoilet Indonesia (1)**

Sumber. Sewatoilet.com (diunduh pada 1 Oktober 2016)



**Gambar 1.5 Testimonial Customer Loyalty PT. Sewatoilet Indonesia (2)**

Sumber. Sewatoilet.com (diunduh pada 1 Oktober 2016)

Assauri (2012) menyatakan *Customer Satisfaction* adalah keberhasilan pada perusahaan dengan mengukur baiknya tanggapan pelanggan dapat menentukan masa depan perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan melalui testimonial pelanggan yang telah menggunakan jasa dan produk penyewaan jasa toilet portable. Pelanggan merasa puas Karena terbantu dan merasakan jasa yang dilakukan oleh PT. Sewatoilet Indonesia dengan standar yang tinggi.



**Gambar 1.6 Testimonial Customer Satisfaction PT. Sewatoilet Indonesia**

Sumber. Sewatoilet.com (diunduh pada 1 Oktober 2016)

Kotler dan Armstrong (2004) menyatakan *Product Quality* adalah keseluruhan produk dapat memberikan kemampuannya seperti keandalan fungsi produk, daya tahan produk, dan kemudahan pengoperasian. Kualitas produk yang



dimiliki oleh PT. Sewatoilet Indonesia adalah dengan bahan toilet portable yang kuat tidak mudah rusak. Ketahanan Toilet Portable pernah dibuktikan oleh Walikota Bandung Ridwan Kamil dengan menendang dengan keras Toilet portable perusahaan ini. (<http://news.detik.com/>, diunduh pada 1 Oktober 2016).



**Gambar 1.7 Testimonial Product Quality PT. Sewatoilet Indonesia**

Sumber. <http://news.detik.com/> (diunduh pada 1 Oktober 2016)

*Service Quality* adalah keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan dalam melayani pelanggan, Tjiptono (2008). Kualitas pelayanan yang dimiliki oleh PT. Sewatoilet Indonesia adalah para karyawan melakukan tugas masing masing dengan maksimal seperti pada karyawan lapangan (toileters) melakukan pekerjaannya dengan menjaga standar toilet portabel agar tetap kering, wangi, dan bersih. Karyawan PT.Sewatoilet Indonesia mempunyai *attitude* yang baik sehingga melayanni pelanggan dengan penuh tanggung jawab dan ramah. Bukti *Service Quality* yang baik dapat ditunjukkan melalui testimoni yang menyatakan bahwa karyawan PT.Sewatoilet Indonesia ramah terhadap pelanggan. (<http://sewatoilet.com/>, diunduh pada 1 Oktober 2016).



### Gambar 1.8 Testimonial Product Quality dan Service Quality PT. Sewatoilet Indonesia

Sumber. Sewatoilet.com (diunduh pada 1 Oktober 2016)

*Price* adalah nilai yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan nilai manfaat atau kegunaan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Cannon et al. (2008). Produk – produk PT. Sewatoilet Indonesia mempunyai harga penyewaan yang terjangkau dan sesuai berdasarkan kualitas produk berdasarkan persepsi pelanggan. Hal ini berdasarkan wawancara dengan pemilik perusahaan dan survei yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan. (Lampiran F-1)

Promosi adalah mengkomunikasikan informasi antara penjual dengan pembeli potensial atau pelanggan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. (Cannon et al. 2008). Promosi yang dilakukan oleh PT. Sewatoilet Promosi yang dilakukan untuk pelanggan tetap seperti memberikan bonus thematic toilet dimana perusahaan jasa ini juga melakukan dekorasi tema pada toilet sehingga penampilan menjadi menarik dan lainnya, selain itu juga dengan memberikan fasilitas tambahan seperti gratis pembersihan atau gratis AC, dan lain sebagainya. (<http://sewatoilet.com/>, diunduh pada 1 Oktober 2016).



<p><b>Free Cleaning Once a Week for Candi!!</b></p> <p>Toilet Candi adalah <i>portable toilet</i> yang ditujukan untuk pelaku jasa konstruksi. Candi sangat praktis untuk ditempatkan pada proyek pembangunan. Khusus untuk Candi, kami memberikan <i>free cleaning</i> setiap satu minggu sekali. Informasi lebih lanjut hubungi call center kami di +62 81 550 80.000 atau +62 81 2366 80.000.</p>	<p><b>Sewa Hira Gratis AC!!</b></p> <p>Spesial bonus dari Kami untuk Anda yang menyewa toilet VIP Hira di Surabaya. Dapatkan free AC di dalam toilet untuk menambah kenyamanan Anda. Promo ini berlaku sampai 31 Desember 2016.</p>	<p><b>Thematic Toilet, YAY!</b></p> <p>Tidak puas hanya dengan toilet yang bersih, kering, dan wangi, sewatoilet.com terus berinovasi. Kali ini sewatoilet.com menawarkan program Thematic Toilet, YAY! Melalui Thematic Toilet, sewatoilet.com ikut serta memeriahkan event yang dilaksanakan dengan mendekorasi toilet yang Anda sewa. Program ini FREE sampai bulan Desember 2016! So, what are you waiting for?</p>
--	---	---

### Gambar 1.9 Bentuk-bentuk Promotion PT. Sewatoilet Indonesia

Sumber. Sewatoilet.com (diunduh pada 1 Oktober 2016)

## 1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi antara variabel bebas dan terkait yang digunakan diantaranya *product quality*, *service quality*, *price*, *promotion*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty*. Pengumpulan informasi penelitian hanya terbatas pada perusahaan yang telah menggunakan jasa sewa toilet portable sebanyak 2 kali selama 2 tahun. Penelitian ini akan dilakukan kepada pelanggan PT. Sewatoilet Indonesia yang bertempat tinggal di Surabaya.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan *product quality* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna jasa penyewaan toilet portable di Surabaya?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna jasa penyewaan toilet portable di Surabaya?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan *price* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna jasa penyewaan toilet portable di Surabaya?
4. Apakah terdapat pengaruh signifikan *promotion* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna jasa penyewaan toilet portable di Surabaya?
5. Apakah terdapat pengaruh signifikan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada pengguna jasa penyewaan toilet portable di Surabaya?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah maka diharapkan tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui:

1. Pengaruh *product quality* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna jasa penyewaan toilet portable di Surabaya;
2. Pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna jasa penyewaan toilet portable di Surabaya;

3. Pengaruh *price* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna jasa penyewaan toilet portable di Surabaya;
4. Pengaruh *promotion* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna jasa penyewaab toilet portable di Surabaya;
5. Pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada pengguna jasa penyewaan toilet portable di Surabaya;

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Dari tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas, maka manfaat yang ingin dicapai meliputi:

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan di bidang manajemen khususnya manajmene pemasara., dalam hal ini yang berhubungan dengan variabel *product quality*, *service quality*, *price*, *promotion*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty* serta bagaimana masing – masing variabel mempengaruhi satu dengan lainnya.

### **1.5.2 Manfaat praktis**

Manfaat praktis yang ingin dicapai dalam penelitian ini bagi beberapa pihak antara lain:

1. Objek yang terkait dengan penelitian, yaitu PT.Sewatoilet Indonesia di Surabaya, agar bisa menjadikan penelituian ini sebagai salah satu sumber data pengembangan *customer loyalty* PT.Sewatoilet Indonesia kedepannya.
2. Peneliti, yaitu memberikan pengetahuan tambahan yang terkait *product quality*, *service quality*, *price*, *promotion*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty*.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan, maka penulisan penelitian ini disusun secara sistematika ke dalam tiga bab, yaitu:

### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik yang bersifat teoritis maupun praktis serta sistematika penulisan.

### **BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bab ini berisi teori – teori mengenai *product quality*, *service quality*, *price*, *promotion*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty*, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur berpikir.

### **BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi jenis penelitian, populasi, dan sampel, metode pengumpulan data, defines operasional, dan pengukuran variabel serta model analisis data

### **BAB 4: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, analisis data, dan pembahasan

### **BAB 5: KESIMPULAN**

Bab ini berisi tentang simpulan, implikasi, dan rekomendasi