

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini, pertumbuhan teknologi yang tergolong cepat bukan lagi hal yang tidak wajar. Semua hal dalam bidang apapun mulai berkembang dengan sangat cepat. Salah satu bidang yang terpengaruh langsung dengan perkembangan teknologi adalah bidang usaha. Seiring perkembangan zaman dan perubahan teknologi yang digunakan juga memengaruhi persaingan usaha. Bisnis atau usaha dengan bidang yang sama menyebabkan persaingan yang ketat antara suatu perusahaan dengan perusahaan yang lainnya. Dunia bisnis yang sudah berkembang sekarang menimbulkan kedudukan pemasaran menjadi sangat bernilai untuk bertahannya suatu usaha. Dengan menggunakan teknik pemasaran yang sesuai, suatu industri dapat berkompetisi dalam dunia bisnis yang kompetitif ini. Banyak kegiatan yang bisa dilaksanakan suatu industri guna memenangkan suatu persaingan.

Teknik-teknik pemasaran yang baik akan meningkatkan penjualan pada sebuah perusahaan. Perkembangan zaman mengakibatkan teknik-teknik pemasaran yang digunakan oleh perusahaan pun semakin variatif dan kreatif. Selain pada sisi pemasaran, masih banyak lagi faktor yang dapat memengaruhi peningkatan kinerja perusahaan. Tujuan yang ingin didapatkan oleh sebuah perusahaan selain keuntungan yang berupa profit. Semua perusahaan dalam melakukan kegiatan usahanya selalu berputar pada profit yang menjadi titik acuan sukses tidaknya perusahaan tersebut. Untuk mendapatkan profit, perusahaan harus memiliki pelanggan dan harus dijaga dengan baik agar pelanggan tidak

melakukan pembelian dengan perusahaan lain. Salah satu cara untuk menjaga pelanggan tetap melakukan pembelian dengan perusahaan yang sama adalah dengan membuat pelanggan merasa puas dan nyaman dengan perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan pembeli yang puas dengan sebuah perusahaan akan melaksanakan pembelian kembali. Beberapa faktor yang sangat berpengaruh dalam mengapai kepuasan pembeli ialah mutu produk yang ditawarkan serta mutu pelayanan sebuah perusahaan terhadap pelanggan (Pahlawan et al., 2019). Pembeli yang puas dapat dijadikan aset yang berharga untuk sebuah perusahaan. Kepuasan pembeli dapat menciptakan loyalitas kepada perusahaan tersebut dan akan menggambarkan keadaan yang bagus perihal perusahaan serta produk perusahaan tersebut ke ke orang lain atau yang sering disebut pemasaran *mouth-to-mouth*.

Produk merupakan barang ataupun layanan yang hendak dijual oleh penjual ke pembeli. Keunggulan suatu produk dipengaruhi oleh berbagai aspek. Suatu produk dinyatakan berkualitas jika dapat membahagiakan pelanggan (Noviyanti, 2019). Pada bukunya, Tjiptono mengungkapkan bahwa kualitas produk memiliki beberapa indikator seperti kinerja produk, reliabilitas produk, keselarasan terhadap spesifikasi, daya tahan produk serta estetika produk. Selain dari meningkatkan kualitas produk, perusahaan juga dapat melakukan peningkatan pelayanan terhadap pelanggan.

Kualitas pelayanan terhadap pelanggan sangat penting agar pelanggan merasa puas terhadap perusahaan. Mutu pelayanan, ialah tingkatan kelebihan penyedia jasa dalam mencukupi keinginan yang dimiliki oleh seorang pelanggan (Noviyanti, 2019). Kualitas pelayanan dapat diukur dari seberapa baik tingkat

upaya sebuah perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan. Sama seperti kualitas produk, kualitas pelayanan juga memiliki beberapa dimensi atau indikator dalam menentukan baik tidaknya sebuah kualitas pelayanan yang dimiliki. Beberapa dimensi atau indikator untuk kualitas pelayanan adalah seperti bukti langsung, keandalan sebuah pelayanan, ketanggapan pelayanan, jaminan terhadap sebuah pelayanan serta empati yang dirasakan oleh pelanggan saat menerima pelayanan tersebut (Wilson et al., 2016:111).

Faktor penting dalam menjaga kepuasan pembeli ialah mutu layanan, mutu produk serta jika kedua faktor ini berjalan bersamaan maka akan terciptanya kepuasan pelanggan. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan, diharapkan dapat meningkatkan penjualan yang dilakukan oleh PT Dwi Mitra Synergy. Dalam penelitian yang dijalankan Rosa Lesmana, hasil yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan adalah bahwa mutu produk serta mutu layanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik dengan cara parsial maupun bersamaan, sehingga di penelitian ini, peneliti akan mencoba melakukan penelitian untuk mencari tahu apakah pengaruh mutu produk beserta mutu layanan akan menghasilkan hasil sama dengan penelitian terdahulu.

Perusahaan pada bidang distributor bahan-bahan kimia mulai berkembang karena perkembangan teknologi, hal ini menyebabkan semakin banyak perusahaan yang mulai membuka usaha pada bidang ini. Dengan semakin banyaknya perusahaan yang memulai usaha pada bidang yang serupa menyebabkan semakin tingginya kompetisi usaha. Salah satu industri pada bidang penyaluran bahan kimia adalah PT Dwi Mitra Synergy. PT Dwi Mitra Synergy

merupakan suatu industri pada bagian penyaluran bahan kimia yang sudah berlangsung selama 7 tahun di Kota Batam.

Sebagai sebuah perusahaan yang telah bergerak lama, umumnya pasti ada keluhan yang pernah ditujukan langsung oleh PT Dwi Mitra Synergy. Beberapa keluhan yang pernah disampaikan oleh pelanggan kepada PT Dwi Mitra Synergy yang berhubungan pada mutu barang maupun layanan yang telah ditawarkan. Beberapa kasus seperti barang yang tidak selaras dengan spesifikasi beserta pengiriman tidak tepat waktu. Hal ini ditakutkan akan memengaruhi kepuasan pelanggan yang akan berdampak terhadap penjualan yang dilakukan oleh PT Dwi Mitra Synergy.

Pada PT Dwi Mitra Synergy, beberapa keluhan terkait pada kualitas produk yaitu produk yang dikirim sudah mendekati masa kadaluarsa, adanya produk yang kotor, retak dan rusak, kemudian produk yang dikirim tidak sesuai dengan permintaan, dan surat-surat seperti *Safety Data Sheets* tidak disertakan dalam pengiriman. Sehingga, berakibat adanya komplain dari pelanggan atas produk yang dijual oleh PT Dwi Mitra Synergy.

Sedangkan permasalahan pada Kualitas pelayanan PT Dwi mitra synergy disebabkan oleh pengiriman yang lambat, respon perusahaan yang lambat dalam menghadapi keluhan pelanggan, dan kurangnya tanggapan perusahaan terkait dengan nilai pada *invoice* tidak sesuai dengan harga awal persetujuan antara perusahaan dan pelanggan.

Keluhan dari pelanggan mengenai produk dan pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan bisa menjadi tolak ukur kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dalam melakukan bisnis dengan perusahaan. Jika pelanggan merasa kualitas yang

diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan ekspektasinya, maka pelanggan dapat mencari perusahaan lainnya yang bisa menawarkan mutu barang dan pelayanan yang lebih bagus menurut pelanggan. Supaya pelanggan tidak melakukan bisnis dengan perusahaan lain, sebuah perusahaan harus mampu menjaga kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diperhatikan dari pembelian yang dilakukan secara berulang kali. Untuk mengetahui hal ini, maka terlampir data penjualan dari PT Dwi Mitra Synergy pada tahun 2020.

Tabel 1.1 Total Nilai Penjualan PT Dwi Mitra Synergy pada Tahun 2020

2020	
Bulan	Total Nilai
Januari	IDR 95.235.000,00
Februari	IDR 86.000.000,00
Maret	IDR 82.250.000,00
April	IDR 66.100.000,00
Mei	IDR 84.750.000,00
Juni	IDR 97.733.000,00
Juli	IDR 104.120.000,00
Agustus	IDR 93.525.000,00
September	IDR 99.650.000,00
Oktober	IDR 88.750.000,00
November	IDR 94.265.000,00
Desember	IDR 92.915.000,00

Sumber : Hasil olahan peneliti, 2021

Dapat dilihat bahwa ada ketidakstabilan pada data rekap penjualan PT Dwi Mitra Synergy dan cenderung mengalami penurunan yang dapat terlihat jelas. Aspek yang dapat berdampak pada penurunan penjualan suatu industri ialah kepuasan pelanggan.

Maka menurut uraian tersebut, penulis mengangkat judul penelitian berupa “Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Dwi Mitra Synergy”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berlandaskan pada latar belakang yang ada, bisa disimpulkan permasalahan yang ada adalah:

1. Banyak badan usaha yang berkecimpung pada bidang yang serupa menyebabkan kompetisi yang kuat sehingga berdampak menurunkan keuntungan sebuah perusahaan.
2. Adanya keluhan yang ditujukan kepada PT Dwi Mitra Synergy mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan.
3. Penjualan pada produk PT Dwi Mitra Synergy mengalami ketidakstabilan dan cenderung menurun pada tahun 2020 .
4. Pengiriman PT Dwi Mitra Synergy yang tidak tepat waktu dan terlambat disebabkan oleh produk yang tidak sesuai.
5. Spesifikasi produk yang tidak selaras terhadap produk yang diminta pelanggan PT Dwi Mitra Synergy.
6. Produk-produk yang dikirimkan oleh PT Dwi Mitra Synergy yang hampir melewati masa kadaluarsa, retak, cacat dan kotor.
7. Respon perusahaan yang lambat terhadap permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan.

1.3 Batasan Masalah

Dari latar belakang tersebut, peneliti memberikan beberapa batasan masalah agar penelitian ini berfokus hanya kepada topik pembahasan. Beberapa batasan yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Responden yang diambil adalah pelanggan dari PT Dwi Mitra Synergy.

2. Data angket akan membahas mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk serta kualitas pelayanan yang disuguhkan PT Dwi Mitra Synergy.

1.4 Rumusan Masalah

Berlandaskan identifikasi masalah yang telah dilakukan, maka dapat dirumus permasalahan yang hendak diulas di skripsi ini yaitu:

1. Apakah kualitas produk secara parsial memengaruhi kepuasan pelanggan PT Dwi Mitra Synergy?
2. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh kepada kepuasan pelanggan PT Dwi Mitra Synergy??
3. Apakah kualitas produk serta kualitas layanan secara bersamaan memengaruhi kepuasan pelanggan PT Dwi Mitra Synergy?

1.5 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian harus memiliki tujuan dan umumnya tujuan sebuah penelitian adalah untuk menjawab rumusan masalah yang sudah diberikan di awal. Berikut merupakan tujuan dari penelitian ini:

1. Mengetahui pengaruh parsial kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT Dwi Mitra Synergy.
2. Mengetahui pengaruh parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Dwi Mitra Synergy.
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan pada pelanggan secara bersamaan di PT Dwi Mitra Synergy.

1.6 Manfaat Penelitian

Peneliti juga berharap penelitian dapat mendatangkan manfaat, berikut merupakan manfaat yang diharapkan oleh peneliti:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang peneliti harapkan dari penelitian ini ialah penelitian ini memungkinkan pembaca untuk memahami topik yang dibahas dalam penelitian ini yaitu kualitas produk dan kualitas layanan kepada kepuasan pelanggan. Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi PT Dwi Mitra Synergy

Peneliti berkeinginan penelitian yang dilaksanakan ini bisa membagikan masukan kepada PT Dwi Mitra Synergy sehingga dapat meningkatkan mutu produk serta layanan yang dimilikinya agar konsumen bertambah puas pada saat melaksanakan pembelian.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Peneliti berkeinginan penelitian yang dilakukan ini bisa mendatangkan manfaat baik dalam bentuk referensi atau pedoman untuk pihak lain yang hendak mencari pengetahuan perihal kualitas produk, kualitas layanan ataupun kepuasan konsumen sesuai topik yang dibahas pada penelitian ini.

3. Bagi Peneliti

Peneliti berkeinginan penelitian yang dilakukan ini bisa memberikan sarana peneliti dalam menyampaikan informasi dan wawasan kepada peneliti lain agar peneliti lain mampu memahami teori yang ada dan konsep nyata yang terjadi di dunia nyata.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap penelitian yang dilakukan ini bisa memberikan kontribusi kepada peneliti lain baik sebagai referensi, pedoman, masukan ataupun perbandingan yang diperlukan oleh peneliti selanjutnya pada saat melaksanakan penelitian mendatang.