

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pesatnya tumbuh kembang teknologi merupakan salah satu efek dari adanya globalisasi. Kebutuhan individu atau berkelompok terhadap teknologi, khususnya teknologinya informasi dan perkomunikasian memerlukan efek cukup besar didalam membantunya melangsungkan kegiatan yang dilakukan. Bahkan tidak jarang ketergantungan bisa terjadi pada dunia teknologi, mengingat segala hal dewasa ini sudah dilakukan menggunakan bantuan dari teknologi. Kemajuan teknologi dari waktu ke waktu membuat berbagai pembaharuan serta perubahan dalam berbagai area bisnis, diantaranya yaitu perindustrian internet dan TV Kabel. *Internet Service Provider (ISP)* yakni bidang usaha yang menyediakan jasa penyambungan internet dan jasa lainnya yang masih saling berkaitan dengannya. ISP tentunya mempunyai jaringan yang baik didalam negeri ataupun luar negeri yang penggunaanya disana terhubungkan ke jaringan internet global dengan bantuan tranmisinya yang menyalurkan datanya dengan bantuan kabel, radio ataupun vsat.

Menjamurnya perusahaan yang bergerak dibidang internet dan TV kabel serta sejenisnya tersebut menghasilkan persaingan yang sengit pula. Sebabnya begitu banyaknya perusahaan menjajakan berbagai jenis pelayanan kepada masyarakat guna mendapatkan pelanggan serta berusaha untuk mempertahankan pelanggan tersebut. Dewasa ini, perusahaan tidak bisa hanya fokus dalam hal meraih pelanggan sebanyak-banyaknya.

Customer Relationship Manajemen (CRM) juga merupakan salah satu hal terpenting dalam perusahaan ISP. Perusahaan mampu memajemen beberapa pelanggannya mengidentifikasi, memerikan rasa kepuasan dan keberhasilannya didalam menjaga pelanggannya. *CRM* ialah pengupayaan yang dilakukan perusahaan disaat memajemen pelanggannya dengan pengoptimalan yang penuh (Priansa, 2014:425).

Kualitas pelayanan dimaknai harapannya pelanggan atas tingkatan keinginan dan pengendalian didalam pemenuhan harapan pelanggannya. Kualitas pelayanan dijadikan sebagai patokan kinerja dari suatu perusahaan dan merupakan faktor yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (Vincent et al., 2019: 163). Kualitas pelayanan harus dikendalikan dengan baik, dengan maksud agar jasa layanannya relevan dengan kestandaran yang sudah diputuskan perusahaan. Buruknya kualitas layanan tentunya memerikan dampak yang negatif pada pelanggannya, salah satunya yaitu pelanggan memutuskan untuk tidak berlangganan lagi dan loyalitas pun tidak dapat tercapai. Kualitas pelayanan perlu menjadi konsentrasi khusus bagi pegawai yang bertemu langsung dengan pelanggan. Pelayanan yang mereka berikan akan menjadi penilaian awal dari pelanggannya terhadap perusahaannya. Berdasar CRM dan Kualitas Pelayanannya yang didalam persepsi masing-masing pelanggan, maka kepuasan pelanggan terhadap perusahaan pun terjadi.

Kepuasan pelanggan haruslah diperlihara oleh tiap perusahaan, hal yang serupa demikian yang seharusnya dilakukan oleh PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam. Jika terciptanya kepuasan pada satu pelanggannya, tentunya

pelanggan itu memerikan referensinya pada yang lainnya terkait produk tersebut, hingga terciptanya kepuasan yang menjadi tujuan akhir sebuah perusahaan. Kepuasan pelanggan ialah aktivitas membandingkan kualitas layanannya yang sebenarnya dengan harapan pelanggannya. Jika diterimanya kualitas lebih rendah dari harapannya tentunya menimbulkan terjadinya rasa tidak puas. Namun jika penerimaan kualitas pelayanannya lebih tinggi dari harapannya, pelanggannya tentu merasa terpuaskan (Purba, 2017).

PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam bergerak didalam penyediaan jasa internet dengan Biznet sebagai merek layanan yang menjual jasa TV kabel dan Internet. PT Supra Primatama Nusantara membangun cabang-cabang lainnya yang tersebar dipelosok negeri ini, misalnya dikota Batam. Hingga kini Biznet meraih jumlah pelanggannya dikota Batam hingga 2.000 pelanggan. Namun walaupun mengalami kenaikan jumlah pelanggan, Biznet juga memiliki data jumlah peningkatan pelanggan yang sudah tidak berlangganan lagi, hal ini dikarenakan ketidakpuasan dari pelanggan PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam terkait CRM serta kualitas pelayanannya.

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Tidak Berlangganan Lagi di Biznet
Oktober 2020-Maret 2021

No	Bln	Thn	Jml Pelanggan	%
1	Oktober	2020	45	19%
2	November	2020	38	15%
3	Desember	2020	65	25%
4	Januari	2021	55	22%
5	Febuari	2021	60	23%
6	Maret	2021	45	19%

Sumber : Data Perusahaan, 2021

Berdasar grafik di atas, terjadi fluktuasi jumlah pelanggan yang tidak setia dari bulan Oktober 2020 hingga Maret 2021. Pelanggan-pelanggan yang tidak setia tersebut dikarenakan beberapa alasan. Berdasar pra survey, CRM PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam yaitu berkaitan dengan after sales antara perusahaan dan pelanggan yang masih sangat minim, sering kali pelanggan kesulitan jika ingin menyampaikan keluhan ketika ada gangguan atau hanya sekedar bertanya dan ingin mendapatkan informasi.

Selain CRM, kualitas layanan PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam dalam hal ini yaitu staff layanan Biznet menjadi salah satu faktor yang menyebabkan pelanggan enggan untuk berlangganan atau menggunakan jasa *ISP* lagi dari PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam ini. Banyak pelanggan yang merasakan ketidaknyamanan dari pelayanan yang diberikan oleh staff PT PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam. Salah satu masalah dan yang sangat memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu rendahnya respon yang diberikan oleh staff serta teknisi kepada pelanggan yang mengalami *trouble* pada jaringan. Lambatnya proses perbaikan menyebabkan pelanggannya merasakan pemerian layanan tidaklah sesuai dengan harapan pelanggannya. Minimnya perilaku baik bagi sebagian teknisi kepada pelanggan juga menjadikan kualitas pelayanan pada PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam ternilai buruk atau tidak baik dalam persepsi pelanggan. Kualitas pelayanan yang kurang baik serta memperumit pelanggan yang dilakukan oleh *Customer Service* juga menjadi alasan untuk pelanggan tidak setia pada PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam. Rasa tidak puasn pelanggannya tentu berdampak besar misalnya

kehilangan pelanggan yang terjadi terus menerus yang bisa menyebabkan rendahnya perolehan laba perusahaan.

Didalam keadaan seperti ini, perusahaan diharuskan memerhatikan dan berpusat pada peranan pelanggannya didalam berbisnis, karena adanya pelanggan yang menyebabkan mereka hadir turut bekerja sama. Makanya banyaknya perusahaan yang menjaga pasar mereka dengan menjalankan program yang mengembangkan tingkat kepuasan pelanggannya.

Disimpulkan peningkatan dalam mutu CRM dan Kualitas layanan ialah pengupayaan perusahaan disaat memerikan layanannya sebaik-baiknya demi terpenuhinya kebutuhan pelanggannya hingga melahirkan kepuasan pada pelanggannya. Kualitas pelayanannya terasa krusial demi keberlangsungan hidup perusahaannya. Jika bagusnya kualitas layanannya pada pelanggannya, tentunya terciptanya rasa puas bagi pelanggan. Makin banyaknya pelanggan yang terpuas, makin banyaknya juga pelanggan yang ingin memakai jasa PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam. Hal Ini tentunya menuntut PT Supra Primata Nusantara Cabang Batam memerikan maksimalnya layanan dengan maksud menjaga eksistensi kepuasan pelanggannya. Maka dari itu, penulis ingin melangsungkan penelitian terkait: **“Pengaruh *Customer Relationship Management* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Bisa diidentifikasi beberapa permasalahannya yakni :

1. Rendahnya respon yang diberikan oleh staff PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam terhadap pelanggan.
2. Lambatnya proses perbaikan yang dilakukan oleh teknisi kepada pelanggan.
3. Rendahnya etika yang dimiliki oleh sebagian staff atau pegawai Supra Primatama Nusantara Cabang Batam.
4. Pelayanan *Customer Service* yang membuat pelanggan merasa rumit untuk memperoleh informasi.
5. Meningkatnya keluhan terhadap produk pada PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam.
6. Terjadi pengulangan keluhan terhadap beberapa konsumen karena keluhan tidak langsung diproses.
7. Menurunnya kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk di PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam.

1.3. Batasan Masalah

Karena begitu luas masalah yang timbul, dan juga ketidak cukupan waktu serta kesanggupannya, maka peneliti membataskan permasalahan dipenelitian ini terkait permasalahan pada *CRM*, Kualitas Pelayanannya dan Kepuasan Pelanggannya di PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Perumusan permasalahan yang bisa disimpulkan yakni:

1. Apakah *CRM* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam?
3. Apakah *CRM* dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasar perumusan permasalahannya yang sudah dipaparkan, tujuannya yakni:

1. Untuk mengetahui pengaruhnya *CRM* terhadap kepuasan pelanggan PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruhnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruhnya *CRM*, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PT Supra Primatama Nusantara Cabang Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Memerikan kemanfaatan yang direferensikan untuk peneliti berikutnya dan bisa memerikan wawasan terkait pengaruh *Customer Relationship Management* dan kualitas pelayanannya pada kepuasan pelanggannya.

1.6.2 Aspek Praktis

1. Bagi peneliti, menyediakan sumber baru didalam penelitiannya berikutnya terkait dengan variabel tersebut.
2. Bagi Perusahaan, memperluas wawasannya dan informasinya didalam hal yang memengaruhi kepuasan pelanggannya.
3. Bagi Universitas, bisa dipergunakan sebagai panduan oleh mahasiswa berikutnya.