

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Didalam berhadapan perkembangan ekonomi dan kompetisi bisnis, semua perusahaan terus berupaya untuk mampu memberikan peningkatan pada kualitas produk dan layanan guna menarik konsumen baru. Ekonomi yang mengalami penurunan, serta persaingan yang kian bertambah menyebabkan konsumen berhati-hati melakukan pembelian barang dengan jeli dan juga pelayanan yang menyertainya. Oleh sebab itu, perusahaan akan semakin terdorong untuk meningkatkan cara kerja dan pelayanan agar konsumen pengalaman merasakan kenyamanan, dimana dampak positif seperti meningkatnya tingkat bersaing terhadap kompetitor dan tetap bertahannya perusahaan dalam pasar. Upaya perusahaan untuk melakukan pemenuhan atas sesuatu yang diinginkan serta apa yang sesungguhnya dibutuhkan konsumen dengan melakukan penyediaan produk berkualitas terbaik, layanan yang memuaskan serta profesional dan harga yang mampu bersaing dengan kompetitor, memiliki tujuan agar konsumen memiliki rasa loyal dan mampu bertahan pada perusahaan juga mengurungkan niatnya untuk menggunakan produk lainnya yang sejenis kemudian timbul kepuasan diantara para konsumen akan perusahaan. Disisi lain, kualitas pelayanan dan produk memiliki peranan yang esensial untuk perusahaan dalam memenuhi kepuasan konsumen, dimana laba dan kelebihan dalam persaingan terhadap kompetitor akan terus meningkat (Putra & Seminari, 2020:3424).

Faktor pertama yang harus diperhatikan adalah kualitas pelayanannya. Sebelum konsumen dikenalkan produk yang dijual oleh perusahaan, akan dilayani terlebih dahulu untuk mengetahui apa yang konsumen inginkan sehingga konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih diharapkan. Lazimnya, timbul kepuasan diantara konsumen-konsumen apabila mendapat pelayanan yang ramah, santun dan penuh perhatian. Oleh karena itu, pelayanan mampu diartikan sebagai sebuah elemen esensial demi menciptakan rasa puas diantara konsumen. Kepuasan konsumen dipengaruhi secara aktif oleh kualitas pelayanan dari perusahaan pada aktivitas penawaran pembelian produk. Ketika pelayanan yang diberi dapat membuat konsumen merasakan kenyamanan, kepercayaan, perhatian dan keyakinan, serta melebihi harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dapat dipandang memuaskan dan baik. (Putra & Seminari, 2020:3425; Tuju et al., 2018:1799)

Selain faktor kualitas pelayanan, faktor selanjutnya yang wajib diberi intensi lebih ialah kualitas produk. Perusahaan mempunyai tanggung jawab penuh atas tersedianya barang atau jasa dengan kualitas optimal disertai mutu yang unggul diantara barang atau jasa yang ditawarkan pesaingnya. Perusahaan juga wajib mampu memiliki tingkat keterampilan yang tinggi untuk memberikan penjelasan atas barang atau jasa yang ditawarkan kepada pembeli, sehingga tercipta kepuasan ketika ditelaah nilai kualitas produk yang ditawarkan itu mampu berada diatas tingkat ekpektasi konsumen atau minimal sama dengan standar yang telah dimilikinya dan akan memungkinkan produk yang telah dinikmati ditetapkan sebagai pilihan pertama atau yang terutama bagi konsumen pada aktivitas

penggunaan produk diwaktu yang selanjutnya. Namun, apabila ditelaah produk memiliki mutu dibawah ekspektasi konsumen, timbul kekecewaan dan merasa tidak puas diantara para pembeli. Dengan meningkatkan kualitas produk atau jasa dari perusahaan, maka memberikan peningkatan probabilitas atas aktivitas pembelian yang berkelanjutan. (Maghfiroh, 2019:36)

Faktor kualitas layanan dan kualitas produk amat besar pengaruhnya terhadap rasa puas konsumennya. Kepuasan konsumennya mampu dijadikan pangkal terealisasinya aktivitas pembelian yang terus-menerus juga munculnya pembeli-pembeli loyal serta adanya sebuah saran ajuran yang berasal dari orang-orang yang sudah merasakan kepuasan oleh produsennya hingga mampu menciptakan keuntungan untuk produsen, kemudian kebalikannya, kurangnya pemberian intensi terhadap mampu menimbulkan adanya perbincangan atau testimoni yang negatif perihal produsen atas faktor-faktor tersebut. Peristiwa ini mampu membuat rugi entitas yang bersangkutan. Tingkat mutu yang berada dibawah standar yang telah ditetapkan oleh pelanggan mampu menghasilkan kekecewaan diantara para pelanggan. Tetapi sebaliknya, tingkat mutu yang berada diatas atau minimal sama dengan standar yang telah ditetapkan oleh pelanggan mampu menghasilkan kepuasan diantara para pelanggan. (Pantilu, 2018:3724; Reny Wilija Sihite, 2020:37; Sugiyanto & Kurniasari, 2020:115)

PT Focus Telesindo Utama dikenal sebagai perusahaan yang bergerak dibidang distribusi alat navigasi dan komunikasi kapal. PT Focus Telesindo Utama beralamat di Komplek Bumi Indah Blk. E no. 3, Nagoya. Jenis produk yang di distribusikan PT Focus Telesindo Utama terdiri dari berbagai jenis GPS

dan radar. Untuk produk GPS yaitu, Furuno GP-39, Garmin 585*Plus*, Garmin Aquamap 80xs, Samyung N-430 & *Shunhang* DP-32. Untuk produk jenis radar yaitu radar Furuno 1623, radar Furuno 1815, radar Icom MR-1010 dan radar JRC JMA-1832.

PT. Focus Telesindo Utama memiliki ruko 3 lantai sebagai Gudang dengan status hak milik dan juga digunakan menjadi kantor serta armada yang mengantarkan barang ke galangan kapal ataupun kantor yakni 2 buah kendaraan APV. PT Focus Telesindo Utama berperan secara krusial sebagai penghubung antara pabrik dengan pengguna akhir sehingga barang yang ditawarkan atau dijual bisa didistribusikan secara efisien dikalangan masyarakat juga memiliki perluasan pengenalan atas barang dikalangan masyarakat. Penjualan ke perusahaan, perseorangan dan pemerintah dan wilayah pemasaran adalah kota Batam.

Kualitas pelayanan pada PT Focus Telesindo Utama mampu dikatakan cukup rendah karena ditemukan banyak komplain dari konsumen seperti permasalahan dalam kurangnya penjelasan tentang kegunaan produk dengan lengkap, terlambatnya pengiriman produk yang mengakibatkan konsumen terpaksa menunggu, tidak jarang juga ditemukan kesalahan menjual stock yang sudah diminta oleh konsumen untuk menyimpan stocknya yang mengakibatkan timbulnya kekecewaan pada konsumen karena konsumen telah meminta untuk menyimpan stock tersebut tetapi barangnya habis kejual kemudian membuat konsumen menunggu kembali barang untuk tersedia kembali di perusahaan, kadangkala pengantaran barang yang kurang lengkap mengakibatkan komplain yang cukup banyak dari konsumen karena barang yang seharusnya diterima tidak

sesuai dengan permintaan konsumennya. Berikut data kualitas pelayanannya:

**Tabel 1.1** Data Kualitas Pelayanan PT Focus Telesindo Utama

Thn	Pengiriman	Jml Komplain			
		Keterlambatan	Terjual stock yang disimpan	Kelengkapan	Total
2017	972	30	43	28	101
2018	1.158	22	28	34	84
2019	1.020	35	33	38	106
2020	1.302	43	36	40	119

**Sumber:** PT Focus Telesindo Utama, 2021.

PT. Focus Telesindo Utama senantiasa berusaha untuk mengeluarkan produk yang kualitas bagus karena pendistribusian produk berkualitas kurang bagus mampu memberikan pengaruh atas keputusan konsumen yakni penghindaran penggunaan produk atau bahkan berakhir dengan tidak adanya aktivitas penggunaan produk. Kualitas produk yang didistribusikan oleh PT. Focus Telesindo Utama masih terkategori rendah, dikarenakan antenna GPS yang sulit untuk terima sinyal dan radar yang sering tidak dapat titik target yang mengakibatkan seringnya mendapat komplain dari konsumen. Banyaknya komplain dari konsumen mengakibatkan kuantitas penjualan dari PT Focus Telesindo Utama mengalami masalah. Terjadi ketidakstabilan pada aktivitas penjualan pada PT Focus Telesido Utama bahkan ditahun 2020 terjadi kemerosotan. Berikut data penjualan produknya:

**Tabel 1.2** Data Penjualan PT Focus Telesindo Utama Bulan Desember 2020 – Maret 2021

No	Nama Produk	Des 2020 (set)	Jan 2021 (set)	Feb 2021 (set)	Mar 2021 (set)
1	GPS Furuno GP-39	38	34	25	21
2	GPS Garmin 585Plus	18	22	19	15
3	GPS Garmin Aquaman 80xs	2	4	3	2
4	GPS Samyung N-430	8	11	7	5
5	Radar Furuno 1623	3	7	6	2
6	Radar Furuno 1815	4	4	5	3
7	Radar Icom MR-1010	2	6	5	2
8	Radar JRC JMA-1032	4	5	4	2
Total		79	93	74	52

**Sumber:** PT Focus Telesindo Utama, 2021.

Akibat dari pelayanan yang kurang maksimal dan rendahnya kualitas produk dari PT. Focus Telesindo Utama dapat mengakibatkan menurunnya kepuasan konsumen dimana konsumen akan memilih untuk berpindah melakukan pembelian ke pesaing lainnya dengan produk sejenis guna melakukan pemenuhan atas kebutuhan mereka. Selain itu, konsumen dapat memberikan saran dan rekomendasi yang negatif kepada calon konsumen terhadap perusahaan, dimana calon konsumen akan ragu untuk melakukan transaksi dengan perusahaan. Dampak jangka panjang akan menyebabkan kerugian bagi PT. Focus Telesindo Utama.

Berdasarkan uraian pada paragraf-paragraf sebelumnya, muncul ketertarikan untuk melaksanakan sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Focus Telesindo Utama”**.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berpedoman pada masalah-masalah yang melatar belakangi penelitian, ditentukan identifikasi atas permasalahan yang ada antara lain:

1. Kualitas pelayanan kurang maksimal yang terlihat dari jumlah komplain dari konsumen.
2. Umumnya kualitas produknya belumlah mencukupi, terlihat dari produk yang di *reject* oleh konsumennya.
3. Tidak puas konsumennya dengan kualitas produknya dan kualitas pelayanannya yang disediakan.

### **1.3 Batasan Masalah**

Peneliti membatasi masalah guna memberikan fokus yang lebih baik pada penelitiannya, yakni:

1. Kualitas pelayanannya dibatasi pada baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh penjual.
2. Kualitas produk dibatasi pada ketahanan pada produk yang dijual.
3. Kepuasan konsumen dibatasi pada penggunaan produk secara terus menerus.
4. Data yang dianalisa mencakupi data dibulan Desember 2020 - Maret 2021.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Bersumber pada penjelasan yang dikemukakan pada bagian sebelumnya, dengan demikian permasalahan yang diajukan yakni antara lain:

1. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Focus Telesindo Utama?
2. Apakah kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Focus Telesindo Utama?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT Focus Telesindo Utama?

#### **1.5 Tujuan Penulisan**

Sesuai dengan yang telah dipaparkan pada latar belakang, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisa pengaruh variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Menganalisa pengaruh variable kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
3. Menganalisa pengaruh variable kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

##### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitiannya bernilai guna untuk pihak yang terkait. Selain itu, penelitian ini akan memberikan dukungan secara teoritis dengan memperluas pengetahuan mengenai variable-variabel yang digunakan.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi Perusahaan, dijadikan masukannya atas pertimbangan yang berguna untuk subjek manajerial guna melakukan peningkatan atas kualitas pelayanan dan kualitas produk dengan harapan mampu mengimbangi pesaing dengan produk sejenis dan menciptakan kesenangan dan menghindari kekecewaan diantara para konsumen pengguna produk.
2. Bagi Universitas, dijadikan tambahan tinjauan juga pustaka acuan bagi mahasiswa Universitas Putera Batam, secara khusus bagi mahasiswa yang mengambil program studi manajemen.
3. Bagi Masyarakat, dijadikan tambahan pengetahuan juga advis untuk masyarakat yang memiliki masalah serupa.
4. Bagi Penulis, dijadikan tambahan intelektualitas mengenai hal-hal yang bersinggungan atau terkait acuan teoritis perihal kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik.
5. Bagi Peneliti, sebagai aktivitas penambahan pengetahuan juga pustaka acuan untuk peneliti lainnya dikemudian hari.