

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era yang sekarang, kompetitor bisnis dalam perdagangan semakin besar sehingga memaksa pengusaha untuk bisa mempunyai kelebihan bersaing yang berkelanjutan. Setiap perusahaan pasti memiliki keunggulan bersaing yang unik. Selain itu, perusahaan juga dituntut untuk selalu memaksimalkan kemampuan inovatifnya, dan menciptakan hal-hal baru, tidak hanya mempertahankan keunggulan yang sudah ada. Saat ini, konsumen mengharapkan produk berkualitas tinggi yang didukung oleh layanan berkualitas tinggi dan harga yang kompetitif. Kebutuhan konsumen ini tidak statis, semakin lama maka permintaan konsumen akan semakin bertumbuh, jika perusahaan dapat mewujudkannya maka konsumen akan terpuaskan dan mendorong pembelian ulang pada periode berikutnya.

Persaingan yang ketat menjadi faktor yang perlu diperhatikan oleh para pengusaha, salah satunya adalah PT Wali Jaya Utama. PT Wali Jaya Utama merupakan perusahaan yang berdomisili di Kota Batam yang bergerak dibidang penjualan bahan bangunan. Perusahaan ini menjual sebagian besar bahan bangunan yang diperlukan untuk keperluan konstruksi seperti semen, palu, pasir dan lain sebagainya. Setiap perusahaan memiliki ciri khas tersendiri dalam melayani konsumen sehingga menjadi kelebihan masing-masing perusahaan. Hal itulah yang wajib diperhatikan oleh PT Wali Jaya Utama agar dapat meningkatkan keunggulannya untuk kepuasan konsumen yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualannya.

Kualitas produk merupakan sifat pada barang atau jasa, yang tergantung pada kinerja barang agar bisa memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan (Aulia & Hidayat, 2017: 3). Kualitas produk yang akan langsung memberikan dampak pada kemampuan suatu barang atau layanan, maka kualitas tidak dapat dipisahkan dengan nilai dan juga kepuasan konsumen (Aulia & Hidayat, 2017: 2). Perusahaan yang menjual barang-barang yang mempunyai kualitas yang tinggi akan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak kalau dibandingkan dengan kompetitor yang menjual barang-barang yang mempunyai kualitas kurang bagus. (Riyanto, 2017: 5).

Tabel 1.1 Produk Bahan Bangunan PT Wali Jaya Utama

Jenis Produk	Ukuran / Berat
Spandek	80 cm-1 m x 1 m-6 m x 0.30 mm - 0.45 mm
Triplek	244 cm x 122 cm x 3, 6, 9, 12 mm
Paving Block	11 cm x 22 cm x 6, 8 cm
Keramik	30 cm x 30 cm
Semen	Per Sak 50 Kg
Cat	Per kaleng 4 Kg-25 Kg

Sumber: Sales PT Wali Jaya Utama

Berdasarkan produk bahan bangunan yang ditawarkan oleh PT Wali Jaya Utama diatas, produk yang dijual sudah memenuhi permintaan konsumen. Namun pada kenyataan masih saja ada keluhan dari konsumen. Dari 10 konsumen terdapat 2 hingga 3 Konsumen mengeluh mengenai kualitas yang dihasilkan tidak sesuai atau memenuhi standar spesifikasi yang diinginkan konsumen, sehingga kepuasan

yang ingin dirasakan konsumen tidak terpenuhi (Sumber : *Salesman* PT Wali Jaya Utama).

Pelayanan yang berkualitas dari perusahaan kepada konsumen juga mempengaruhi kepuasannya. Kualitas layanan dapat disebut sebagai pernyataan hubungan dan sikap yang dibuat, dan perbandingan antara keinginan dan kemampuan suatu layanan. Layanan berkualitas tinggi akan memberikan kesan kepuasan kepada konsumen. (Riyanto, 2017: 6). Kualitas layanan merupakan perbandingan ekspektasi konsumen dengan tingkat layanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan diperoleh melalui pada saat konsumen merasakan pemenuhan kebutuhan dan ekspektasi konsumen dan juga ketetapan penyampaian pada saat mengimbangi ekspektasi konsumen (Aulia & Hidayat, 2017: 4).

Kualitas pelayanan yang bisa diberikan oleh PT Wali Jaya Utama sangat terbatas, dimana perusahaan tersebut hanya memiliki jumlah karyawan yang sedikit untuk melayani konsumen yang datang, sehingga jika perusahaan sedang ramai dikunjungi, konsumen tidak bisa dilayani dengan cepat. Perusahaan juga baru saja menambah karyawan baru dan masih dalam masa pelatihan yang dimana karyawan baru masih belum terlatih dan kurangnya pengetahuan pada produk sehingga menghambat pelayanan yang baik kepada konsumen. Sehingga walaupun konsumen tersebut membeli produk dari PT Wali Jaya Utama, tetapi mereka tidak merasakan kepuasan dalam berbelanja (Sumber : Direktur PT Wali Jaya Utama).

Lokasi dapat menjadi salah satu faktor penting bagi konsumen untuk menjangkau sebuah produk. Langkah yang dapat ditempuh untuk menarik perhatian pelanggan dapat dilakukan dengan cara mengedepankan lokasi karena

pemilihan lokasi yang strategis dan terjangkau dapat memberikan rasa kepuasan bagi konsumen (Setiawan *et al.*, 2019: 168). Pengelokasian barang dari produsen sampai ke konsumen akhir tidaklah mudah untuk dilakukan tanpa adanya saluran lokasi yang memadai. Apalagi untuk dapat menjangkau suatu pasar yang luas, dalam hal ini membutuhkan berbagai macam perantara atau saluran lokasi yang dapat menyampaikan barang sampai ke tangan konsumen (Desrianto & Afridola, 2020: 2021).

Lokasi dari PT Wali Jaya Utama terletak di pada Jl. Gajah Mada, Komp. Jaya Makmur No. 2-3 Tiban III Batam. Lokasi yang terletak jauh dari pusat kota membuat konsumen mengeluh dengan sistem pengantaran yang lambat untuk daerah Batam Kota, Nongsa dan sekitarnya apalagi jika pelanggan/konsumen membutuhkan produk dengan segera. (Sumber : Direktur PT Wali Jaya Utama)

Kepuasan konsumen berarti konsumen merasakan kepuasan dari barang atau layanan yang sudah digunakan, dan akan membeli barang atau jasa perusahaan tersebut kedepannya. Kepuasan pelanggan terbentuk dikarenakan kemampuan dan kualitas produk pada perusahaan memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. (Aulia & Hidayat, 2017: 2). Kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi dimana usaha itu berada. Pelanggan akan selalu menginginkan lokasi yang mudah dijangkau, produk berkualitas tinggi, layanan yang sopan serta ramah sesuai pada kualitas produk yang dibeli (Riyanto, 2017: 5). Kepuasan dari konsumen akan mempengaruhi tingkat penjualan perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari data penjualan berikut ini.

Tabel 1. 2 Data Penjualan Bahan Bangunan PT Wali Jaya Utama
April – September 2021

Bulan	Total
April	Rp. 213.050.881
Mei	Rp. 183.479.561
Juni	Rp. 167.867.483
Juli	Rp. 176.328.684
Agustus	Rp. 154.809.558
September	Rp. 145.045.689

Sumber: *Accounting* PT Wali Jaya Utama

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa penjualan PT Wali Jaya Utama rata-rata mengalami penurunan hampir setiap bulan, dimana pada bulan April 2021 total penjualannya sebesar Rp 213.050.881, kemudian pada bulan Mei dan Juni 2021 mengalami penurunan yaitu hanya mencapai Rp. 183.479.561 dan Rp. 167.867.483. Selanjutnya pada bulan Juli 2021 mengalami peningkatan dari bulan sebelumnya yaitu mencapai penjualan sebesar Rp. 176.328.684. Namun, pada bulan Agustus dan September 2021 mengalami penurunan secara berturut-turut yaitu hanya sebanyak Rp. 154.809.558 dan Rp. 145.045.689. Penurunan penjualan diduga karena ketatnya persaingan pada usaha bangunan dilokasi dimana PT Wali Jaya Utama berada. Hal ini juga diduga karena kualitas produk yang dijual tidak selalu sesuai dan memenuhi standar spesifikasi yang diinginkan konsumen serta adanya keterlambatan dalam melayani konsumen.

Berlandas pada paparan latar belakang masalah, sehingga penulis terdorong untuk mengambil judul “**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT WALI JAYA UTAMA**” sebagai tugas akhir.

1.2. Identifikasi Masalah

Setelah memahami latar belakang perusahaan tersebut, maka peneliti dapat menemukan beberapa masalah yang muncul dalam penelitian ini:

1. Produk yang dijual tidak selalu sesuai dan memenuhi standar spesifikasi kualitas yang diinginkan konsumen.
2. Petugas pelayanan tidak cepat dan tanggap dalam melayani.
3. Kurangnya pengetahuan karyawan terhadap produk sehingga menghambat pelayanan yang baik kepada konsumen
4. Lokasi yang jauh dari pusat kota membuat konsumen lambat mendapatkan produk yang dibeli.

1.3. Batasan Masalah

Dikarenakan keterbatasan waktu dan agar pembahasan penelitian ini lebih fokus pada sasarannya, maka peneliti membatasi pembatasan masalah yang bakal diteliti.

1. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen dan variabel bebas pada penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi.

2. Penelitian ini hanya dilaksanakan pada PT Wali Jaya Utama yang terletak di Jl. Gajah Mada, Komp. Jaya Makmur No. 2-3 Tiban III Batam.
3. Pengambilan populasi dalam penelitian hanya berupa konsumen yang pernah berbelanja di PT Wali Jaya Utama.

1.4. Rumusan Masalah

Dengan mamahami dari penjelasan latar belakang yang disampaikan, maka rumusan masalah yang penulis dapatkan pada pengkajian ini yaitu :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Wali Jaya Utama?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Wali Jaya Utama?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Wali Jaya Utama?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Wali Jaya Utama?

1.5. Tujuan Penelitian

Bersumber pada rumusan masalah yang telah disampaikan, sehingga tujuan yang ingin dicapai dari pengkajian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Wali Jaya Utama.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Wali Jaya Utama.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada PT Wali Jaya Utama.
4. Bertujuan mengetahui apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Wali Jaya Utama.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, pengkajian ini dapat menambah data untuk menyempurnakan teori-teori yang sudah tersedia serta memiliki berhubungan dengan variabel pada penelitian ini.

1.6.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diinginkan dalam pengkajian ini, yaitu:

1. Bagi Penulis

Penulis mampu lebih menguasai serta meningkatkan wawasan, pemahaman dan ilmu pengetahuan tentang aspek-aspek yang yang dapat berpengaruh kepuasan konsumen di sebuah perusahaan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bermanfaat menjadi dasar landasan & informasi tambahan kepada peneliti berikutnya dalam melaksanakan riset yang berhubungan dengan kepuasan konsumen.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bisa dimanfaatkan sebagai referensi untuk memperbaiki kompetensi manajemen dalam mengendalikan perseroaan agar meningkatkan kepuasan konsumen.