

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ditengah kemajuan teknologi yang berkembang pesat, banyak pengusaha yang membuka usaha-usaha untuk mendapatkan laba. Dengan teknologi yang ada, pengusaha dapat dengan mudah mencari konsumen yang jauh, mempromosikan dengan lebih efektif, dan terkadang tidak membutuhkan tempat yang tetap. Walaupun dengan adanya teknologi yang memudahkan pengusaha untuk membuka badan usaha, mempertahankan badan usaha tersebut tidaklah mudah karena dapat terlihat dengan banyaknya pengusaha yang berusaha secara optimal untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya. Namun, banyak juga pengusaha yang mendirikan badan usaha tetapi tidak mendalami perpajakan yang merupakan salah satu pendapatan negara. Sehingga muncul usaha yang mengandalkan pengetahuan perpajakan yang dikenal sebagai kantor konsultan pajak.

Dalam suatu bisnis, mau itu perusahaan besar atau kecil yang bertujuan utama mencari laba yang tertinggi dalam rangka melanjutkan kelangsungan usahanya. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan manajemen yang dapat mengelola perusahaannya dengan baik dan didukung dengan kepuasan konsumen yang dapat diperoleh apabila ekspektasi konsumen dapat terpenuhi. Perusahaan memiliki strategi usaha yang terfokus yang senantiasa mengacu pada prinsip kehati-hatian, ditunjang oleh struktur kas yang kuat dan koneksi mitra usaha yang tersebar di berbagai tempat di Indonesia. (Arifin & Christantyawati, 2017: 103).

Kepuasan konsumen merupakan satu tingkatan yang dimana harapan, kebutuhan, dan keinginan yang dimiliki konsumen dapat diwujudkan yang menyebabkan pembelian ulang atau mendapatkan loyalitas. Indikator yang penting untuk memunculkan kepuasan konsumen ialah pekerjaan dan kualitas dari jasa yang dijual dari organisasi. Jika jasa yang diberikan mewujudkan harapan konsumen, maka kepuasan akan terwujud dan bila jasa yang diberikan berada tidak sesuai dengan yang diharapkan, konsumen akan merasa kecewa. Konsumen yang merasa kecewa akan membagi pengalamannya kepada konsumen lain secara alami sebagai wujud kekecewaan atas ketidakpuasan yang diterima. Oleh sebab itu penilaian kepuasan dari jasa yang diberikan perusahaan kepada konsumen harus selalu dikerjakan untuk memahami dan merancang perencanaan yang lebih baik pada waktu yang akan datang dan memperbaiki kualitas jasanya agar dapat mewujudkan harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen dan juga untuk mengecilkan konflik (Nurlatifah, 2017: 4).

Indikator lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen ialah kelengkapan fasilitas. Fasilitas ialah indikator yang difokuskan oleh konsumen. Ketersediaan dan tata ruangan yang memikat akan mendatangkan kepuasan konsumen. Fasilitas ialah sarana yang digunakan untuk melaksanakan dan melancarkan kegiatan usaha. Fasilitas dalam kantor konsultan pajak dapat berupa kelengkapan pengurusan dokumen perpajakan seperti pengerjaan surat pemberitahuan masa dan surat pemberitahuan tahunan. Adapun fasilitas yang tidak ada dalam perusahaan yang membuat klien merasa tidak nyaman adalah tidak adanya ruang tunggu pada saat itu (Oskar & Tiurniari, 2020: 407).

PT Multi Konsulindo Sukses Makmur adalah badan usaha yang bergerak dalam bidang perpajakan yang melayani klien yang memiliki badan usaha tetapi kurang memahami perpajakan dan menyerahkan semua pekerjaan yang berhubungan dengan pajak kepada konsultan pajak. PT Multi Konsulindo Sukses Makmur mulai didirikan pada tanggal 26 November 2015. PT Multi Konsulindo Sukses Makmur berlokasi di Komplek *Business Centre* blok B2 no. 5 lantai 2.

Selain itu juga faktor komunikasi juga mempengaruhi konsumen, seperti komunikasi verbal atau lisan dengan Bahasa Indonesia yang sopan dan mudah dimengerti sebab komunikasi ramah dan sopan akan dijadikan kepuasan bagi konsumen terhadap jasa perusahaan tersebut. Dalam hal perpajakan, beberapa klien ingin komunikasi yang efektif sehingga klien dapat memahami perpajakan. Masalahnya terkadang informasi atau umpan balik yang diterima klien tidak mudah dicerna klien yang akhirnya menjadi tidak efektif. Komunikasi juga mempunyai tujuan seperti umpan balik, pengaruh, memberikan informasi, memecahkan persoalan, pengambilan keputusan, pengendalian, mempermudah perubahan dan pembentukan kelompok (Huda, 2018: 4).

Tabel 1.1 Daftar Klien di PT Multi Konsulindo Sukses Makmur

Tahun	Total Klien Awal	Masuk	Keluar	Total Klien Akhir
2018	130	4	0	134
2019	134	12	2	144
2020	144	5	1	148

Sumber: PT Multi Konsulindo Sukses Makmur

Relevan tabel 1.1 diketahui klien yang memutuskan hubungan dengan PT Multi Konsulindo Sukses Makmur pada tahun 2019 yakni 2 klien dan ditahun 2020 yakni 1 klien. Jumlah klien yang memutuskan hubungan dengan PT Multi

Konsulindo Sukses Makmur berjumlah 3 klien. Beberapa penyebab klien memutuskan hubungan dengan PT Multi Konsulindo Sukses Makmur mencakup: mendapatkan kantor konsultan pajak lain dengan kualitas jasa yang lebih baik, mudahnya menetapkan jadwal untuk bertemu, dan fasilitas yang diberikan tidak memenuhi keinginan konsumen.

Berlandaskan penjelasan yang sudah dipaparkan, penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa, komunikasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di PT Multi Konsulindo Sukses Makmur. Dalam suatu perusahaan diperlukan konsumen agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan tetap bersaing dengan perusahaan lain. Oleh karena itu, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Jasa, Komunikasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT Multi Konsulindo Sukses Makmur”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berlandaskan latar belakang terlampir, pengidentifikasian permasalahan penelitian ini yakni:

1. Persaingan antar kantor konsultan pajak dalam meningkatkan kualitas jasa mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih kantor konsultan pajak yang tepat.
2. Adanya faktor kemudahan dalam berkomunikasi yang dapat menjadi faktor lain untuk konsumen menilai dan dapat menjadi pengaruh kepuasan konsumen.

3. Kurangnya fasilitas yang disediakan berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen.
4. Konsumen yang memutuskan hubungan kerja dengan perusahaan dikarenakan kualitas jasa, komunikasi atau fasilitas dapat memberikan efek negatif kepada perusahaan.

1.3. Batasan Masalah

Didasarkan pada latar belakang dan supaya dapat mempermudah memahami permasalahan dan agar tidak menyimpang dari persoalan pokok, beberapa batasan pada penelitian ini ditetapkan yakni:

1. Peneliti melangsungkan survei pada 148 konsumen PT Multi Konsulindo Sukses Makmur.
2. Peneliti memakai kualitas jasa, komunikasi, dan fasilitas sebagai variabel independen.
3. Peneliti memakai kepuasan konsumen sebagai variabel dependen.

1.4. Rumusan Masalah

Didasarkan pada latar belakang, perumusan permasalahan penelitian ini yakni:

1. Apakah kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT Multi Konsulindo Sukses Makmur?
2. Apakah komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT Multi Konsulindo Sukses Makmur?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT Multi Konsulindo Sukses Makmur?

4. Apakah kualitas jasa, komunikasi dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT Multi Konsulindo Sukses Makmur?

1.5. Tujuan Penelitian

Didasarkan pada rumusan masalah, berikut ini beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yakni:

1. Guna mengetahui pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen PT Multi Konsulindo Sukses Makmur.
2. Guna mengetahui pengaruh komunikasi terhadap kepuasan konsumen PT Multi Konsulindo Sukses Makmur.
3. Guna mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen PT Multi Konsulindo Sukses Makmur.
4. Guna mengetahui pengaruh kualitas jasa, komunikasi dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen PT Multi Konsulindo Sukses Makmur.

1.6. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya

1.6.1. Manfaat Teoritis

1. Dapat dijadikan pedoman agar dapat memahami faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen perusahaan.
2. Dapat menjadi referensi atau data acuan untuk peneliti yang melakukan penelitian dalam bidang yang sejenis.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti

Dapat menuntaskan tugas akhir atau skripsi. Bisa memperluas referensi guna meluaskan ilmu pengetahuan tentang faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen kantor konsultan pajak.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Untuk objek evaluasi dalam mengambil keputusan yang bijaksana di masa depan. Untuk menyampaikan tambahan informasi dan masukan yang berguna bagi fakultas ilmu sosial dan humaniora Universitas Putera Batam.

3. Bagi perusahaan dan objek penelitian

Diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa wawasan dalam hal meningkatkan tingkat kepuasan konsumen melalui kualitas jasa, komunikasi dan fasilitas yang diberikan.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Bisa memberikan sumber penelitian berikutnya untuk menambah pemahaman dan pengetahuan tentang kualitas jasa, komunikasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.