

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan antar perusahaan di era globalisasi yang semakin kompleks dan kompetitif menyebabkan adanya kompetisi pasar dengan rivalitas yang tinggi. Kemajuan pesat di bidang sektor industri, pembaruan digital, dan teknologi yang berubah dengan cepat berdampak signifikan Accessibility mampu memenuhi *consumer needs*. Kesanggupan penjual untuk memenuhi kelengkapan produk dan diversitas yang ditunjukkan dapat mengubah penilaian konsumen untuk tetap memilih produk yang kita tawarkan.

Dalam berpandangan bahwa konsumen condong kepada penjual yang menawarkan produk yang variatif juga dapat memenuhi sesuai kebutuhan (kelengkapan equivalent) hal ini berhubungan kualitas, luasnya, dalamnya, dan diversitas barang disediakan, sanggup mengadakan produk yang sesuai dengan kebutuhan serta harga yang bersaing dan mempertahankan bahkan meningkatkan motivasi dan kompetensi karyawannya agar dapat memberikan pelayanan yang prima (Lemana, 2017:2).

Dalam berbisnis tidak hanya produk/barang yang perlu diperhatikan, namun ada aspek yang turut wajib diikuti dalam menjual suatu produk, yaitu pelayanan. Pelayanan adalah faktor penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, yang berarti perusahaan harus dapat melayani, memenuhi harapan konsumen bahkan melampauinya (Sholihat 2018).

Melayani konsumen dengan *excellent service* adalah kriteria keberhasilan perusahaan. pelayanan (*service*) merupakan sebuah proses yang berisi dari dua unsur utama, yakni *service operations* yang seringkali tidak diperhatikan oleh konsumen (*back office*) (*invisible*) dan *service delivery* yang berhadapan langsung dengan konsumen (*front office*) (*visible*). (A dan Daniaty 2017).

Aspek penting lainnya yang perlu dikelola oleh perusahaan adalah *Accessibility*. karena pemilihan lokasi berdirinya suatu perusahaan memiliki dampak yang presisten

dalam jangka panjang, hal tersebut memengaruhi perkembangan ekonomi dimasa depan. Lokasi harus dapat mempengaruhi secara positif pertumbuhan ekonomi agar perusahaan dapat bertahan, yaitu lokasi yang mempunyai aksesibilitas yang tinggi, tercukupinya sumber daya yang bisa memenuhi kepentingan bisnisnya, ataupun biaya transportasi yang ekonomis.

Aksesibilitas adalah ukuran dari kemudahan atau kesulitan menjangkau tempat tersebut melalui transportasi. (Darmawan and Nurhidayati, 2019). Unsur ini menjadi penting untuk diperhatikan sebab aksesibilitas bergerak berdampingan dengan kemudahan penjangkauan dan prospek penjualan.

Perkembangan bisnis khususnya dibidang pelumas, saat ini terlihat semakin ketat, terdapat banyak perusahaan pelumas di Indonesia. Peristiwa ini tentu saja menimbulkan pergulatan yang lebih tinggi karena konsumen memiliki beberapa pilihan sehingga perusahaan harus bersaing untuk memikat konsumen baru dan mempertahankan konsumen saat ini.

PT. Lubrikan Jasa Tama berdiri sejak tahun 2014, adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan pelumas, khususnya Pelumas Merk Chevron di Indonesia. Sebagai satu dari sekian banyak penyuplai pelumas Chevron, gudang penyimpanan didirikan oleh PT. Lubrikan Jasa Tama, diantaranya di Kepulauan Riau tepatnya di Batam, di Jawa Timur yaitu Surabaya, dan DKI Jakarta. Meski demikian, distributor perlu memiliki lebih banyak gudang untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas, menjangkau lebih banyak konsumen, dan dapat memenuhi permintaan.

Ada fenomena yang perlu diperhatikan dalam industri ini, ternyata didalam industri penjualan pelumas tidak semua produsen menciptakan equivalent yang lengkap seperti pesaingnya, khususnya Pelumas Merk Chevron.

Problema yang terjadi pada PT. Lubrikan Jasa Tama adalah kurangnya kelengkapan produk. Hal tersebut terjadi akibat tidak adanya sejumlah pabrikasi setara yang sesuai dari *brand* pelumas Chevron atas pabrikasi dari kompetitor sebagai pilihan pada pelanggan. Permasalahan ini mengakibatkan permintaan para pelanggan belum terpenuhi. Akibatnya, masalah tersebut sering memengaruhi konsumen untuk membuat

keputusan beralih ke perusahaan lain. Berikut ini adalah tabel “Pelumas Merk Chevron” pada PT. Lubrikan Jasa Tama:

**Tabel 1.1. Produk PT. Lubrikan Jasa Tama (Merk Chevron)**

<b>Produk PT. Adisurya (Shell)</b>	<b>Produk PT. Lubrikan (Chevron)</b>	<b>Spesifikasi</b>	<b>Keterangan</b>
Gadus S3	Talcor SWR Compound	Wire Rope Oil	Indent 1-2 Bulan
Sirius X40	-	Super High Performance Diesel Engine Oil	Tidak ada Equivalent
Alexia LS	Taro Special HT LS 40	Slow Speed Engine Oil	Tidak tersedia di Indonesia

**Sumber :** PT. Lubrikan Jasa Tama, 2020

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, permasalahan pertama menunjukkan bahwa produk Talcor SWR Compound pada PT. Lubrikan Jasa Tama, memiliki waktu pemesanan yang lama, sedangkan kebutuhan konsumen memiliki batas waktu dalam hitungan hari saja, sehingga membuat PT. Lubrikan Jasa Tama tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Permasalahan yang kedua adalah tidak adanya *equivalent*/persamaan pada produk milik PT. Lubrikan Jasa Tama untuk produk pesaing Sirius X40, hal tersebut sering kali menjadi penyebab berkurangnya konsumen dan beralih kepada pesaing. Konsumen condong memilih *supplier* yang menyajikan produk dengan lengkap dan beragam sesuai dengan kebutuhan dan permintaanya. Adanya kelengkapan dan varietas yang ditawarkan, menjadi tolak ukur konsumen dalam menentukan keputusan pembeliannya.

Permasalahan yang ketiga adalah produk Taro Special HT LS 40, tidak tersedia di Indonesia, sehingga saat konsumen mengajukan permintaan, PT. Lubrikan Jasa

Tama tidak dapat menyediakannya. Konsumen meminta sejumlah produk langsung jumlah banyak, sehingga jika salah satu produk yang diminta tidak dapat diberikan, konsumen membatalkan pembelian produk lainnya, hal tersebut berdampak negatif terhadap penjualan perusahaan.

Berdasarkan observasi yang telah penulis lakukan, pada aspek Variable Kualitas pelayanan, tidak terdapat *Standard Operating Procedure* (SOP) pada PT. Lubrikan Jasa Tama. Selain itu, juga tidak dilakukan pelatihan yang berkaitan dengan pelayanan terhadap konsumen pada para karyawan PT. Lubrikan Jasa Tama. Akibatnya, karyawan cenderung tidak cekatan dalam merespon permintaan dari konsumen, dikarenakan saluran komunikasi. Saluran Komunikasi yang banyak memecah fokus dan perhatian, sehingga beberapa diantaranya sering diabaikan.

PT. Lubrikan Jasa Tama juga melakukan distribusi melalui *outsourcing*, yaitu dengan mengontrak jasa transportasi eksternal, masalah tersebut menyebabkan prosedur suplai pabrikasi pelanggan memakan waktu yang semakin panjang sebab pegawai wajib menghubungi serta menyortir agen pengiriman yang tersedia.

Selanjutnya permasalahan pada variabel *Accessibility* adalah dimana sebagian besar permintaan pesanan datang berasal dari perusahaan *Marine*/perkapalan yang *berthing* di pelabuhan-pelabuhan kota lain yang cukup tinggi kegiatan kelautannya seperti, Kota Kalimantan dan Sulawesi, Mengingat warehouse yang dimiliki PT. Lubrikan Jasa Tama hanya ada di Kota Batam, Jakarta dan Surabaya hal tersebut menjadi masalah bagi PT. Lubrikan Jasa Tama dikarenakan waktu yang dibutuhkan dari Jakarta dan Surabaya ke Kota Kalimantan dan Kota Sulawesi berkisar 10-14 Hari, sedangkan waktu kapal bersandar hanya 3-6 Hari. Lamanya waktu pendistribusian barang yang sering kali tidak memenuhi batas waktu kapal bersandar ini, membuat permintaan konsumen seringkali terlewatkan.

Berdasarkan latar belakang telah penulis uraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN *ACCESSIBILITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan beberapa pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Kurang lengkapnya produk yang ditawarkan
2. Lamanya waktu perusahaan untuk menyediakan produk
3. Tidak adanya SOP terkait pelayanan
4. Lambatnya respon karyawan
5. Lamanya proses pendistribusian

## **1.3 Batasan Masalah**

Karena begitu kompleks permasalahan yang ada, serta keterbatasan waktu dan kemampuan penulis, maka penulis membatasi masalah pada penelitian ini. Penelitian ini dibatasi pada variabel yang akan diteliti mengenai kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan aksesibilitas secara serempak atas pertimbangan yang dimiliki pelanggan terkait pembelian di PT. Lubrikan Jasa Tama.

## **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah, rumusan masalah sebagai fokus penulis adalah:

1. Apakah Kelengkapan Produk dapat mempengaruhi ketetapan konsumen atas pembelian di PT. Lubrikan Jasa Tama ?
2. Apakah Kualitas Pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada PT. Lubrikan Jasa Tama?
3. Apakah *Accessibility* dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada PT. Lubrikan Jasa Tama?
4. Apakah Kelengkapan Produk, Kualitas layanan dan aksesibilitas berpengaruh dengan simultan terhadap ketetapan konsumen atas pembelian di PT. Lubrikan Jasa Tama?

## **1.5 Tujuan Penulisan**

1. Bagaimakah pengaruh Kelengkapan Produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Lubrikan Jasa Tama?
2. Bagaimakah pengaruh Kualitas layanan atas keputusan konsumen atas pembelian di PT. Lubrikan Jasa Tama?
3. Bagaimakah pengaruh aksesibilitas atas keputusan konsumen atas pembelian di PT. Lubrikan Jasa Tama?
4. Bagaimakah Kualitas layanan, Kelengkapan Produksi, dan aksesibilitas memengaruhi keputusan konsumen atas pembelian di PT. Lubrikan Jasa Tama

## **1.6 Manfaat Penulisan**

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Hasil studi secara teoretis dapat memberikan:

- a) Memberikan masukan dan mengembangkan kemampuan berfikir ilmiah, sistematis, metodologi dan pengalaman penulis dalam menyusun suatu wacana serta memperkaya ilmu pengetahuan.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pustaka pada *academic library* atas minat menyelenggarakan penelitian dengan topik serupa pada era mendatang.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

#### **a) Bagi Penulis**

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam nerapkan teori-teori yang telah dipelajari dalam penelitian ini.

#### **b) Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran sebagai bahan pertimbangan mengenai Kualitas layanan, Kelengkapan Produksi, dan aksesibilitas atas ketetapan konsumen atas pembelian di PT. Lubrikan Jasa Tama.

**c) Bagi Universitas Putera Batam**

Dapat dijadikan sumber acuan pustaka ataupun arsip perpustakaan pada akademika serta sebagai bahan literatur bagi peneliti mendatang.