

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dalam melengkapi keperluan sekaligus untuk memenuhi kepuasan para pelanggan perusahaan perlu melakukan beberapa hal untuk mencapai tujuan tersebut. Mengikuti bagian operasionalnya bahwa manajemen operasi dibagi menjadi 5 bagian, diantaranya *human resources, marketing, information, accounting, production*. Berdasarkan pengertian secara umum dari *marketing management* bahwa manajemen ini bertujuan untuk merencanakan, mengoordinasikan, serta melaksanakan segala ilmu pemasaran yang dipunyai agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Rezky Naim & Asma, 2019: 5-6).

Untuk merencanakan, mengoordinasikan serta mengontrol suatu pekerjaan diperlukan orang yang dapat diberikan tanggung jawab besar dan dapat dipercaya. Jabatan yang dapat diberikan tanggung jawab ini adalah manajer. Seorang manajer *marketing* harus dapat melakukan *promotion* dan juga harus mempunyai taktik serta strategi untuk mencapai penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Kemampuan dari manajer *marketing* sangat dibutuhkan perusahaan untuk menaikkan penjualan produk (Rezky Naim & Asma, 2019: 6-8). Hal ini dikarenakan kegiatan dari marketing merupakan proses untuk menumbuhkan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mengubah penawaran (K Malhotra & Agarwal, 2020: 4)

Setiap perusahaan mempunyai target penjualan masing-masing dan mempunyai strateginya sendiri dalam mencapai tujuan tersebut. Banyak

perusahaan yang menjalankan usaha yang sama dan berlomba-lomba untuk mencapai target penjualan yang telah ditentukan. Perusahaan yang tidak dapat bersaing serta tidak bisa mencapai target penjualan mereka sendiri akan jatuh dari persaingan antar perusahaan. Berdasarkan arti dari *marketing management* dapat disimpulkan bahwa disetiap perusahaan perlu diperkuat agar dapat bersaing dengan perusahaan lain karena harus memenuhi permintaan konsumen (Rezky Naim & Asma, 2019: 6). *Marketing* salah satu perencanaan yang menciptakan suatu proses dan melakukan kegiatan tawar-menawar kepada konsumen (Husni Muharram et al., 2018: 2).

Pelayanan merupakan salah satu ketentuan penting agar konsumen merasa nyaman saat membeli produk atau saat ingin menyewa jasa perusahaan. Pelayanan dianggap baik jika dapat memenuhi permintaan konsumen. Mutu dari pelayanan dinilai dari kepuasan konsumen setelah menerima pelayanan dari *customer service* (Wayuni, 2018: 3). Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan pelayanan itu salah satu aktivitas untuk mengusulkan atau menyampaikan produk hingga jasa yang dimiliki perusahaan kepada konsumen dengan tujuan mencapai proses pembelian.

Kualitas produk ialah salah satu komponen penting untuk memberikan produk yang baik untuk konsumen, dimana produk yang berkualitas tentunya konsumen akan mendapatkan dampak positif dari produk tersebut. Produk yang dipakai dan dirasakan nyaman oleh konsumen pastinya akan memberikan respon positif serta konsumen juga akan kembali menggunakan produk yang sama (Yulianto, 2017: 4). Memberikan pelayanan berupa promosi kepada konsumen akan diberikan tanggapan positif dari konsumen. Promosi bisa diberikan dalam

berbagai bentuk salah satunya diberi diskon jika membeli banyak. Adanya promosi ini sendiri membantu untuk memasarkan berbagai bentuk produk baru kepada konsumen. Ini merupakan tujuan dari promosi yang diberikan kepada konsumen. Promosi memberikan banyak keuntungan kepada perusahaan. Selain itu diperlukan beberapa strategi dalam mempromosikan produk kepada konsumen (Purnama & Aryani, 2019: 94).

Kepuasan dari pelanggan merupakan tujuan utama yang harus dicapai atau menjadi target dari perusahaan. Dengan mendapatkan kepuasan pelanggan akan produk yang digunakan dari perusahaan membantu menaikkan reputasi dari produk terkait. Konsumen yang puas akan produk yang digunakan diharapkan menjadi pelanggan yang loyal (Yulianto, 2017: 5).

Perseroan Terbatas Prima Labeling yang beralamat di Jl. Komplek Bumi Indah Blok V No.19, Batam, Indonesia menjalankan usaha di bidang percetakan. Perusahaan ini termasuk dalam bidang perdagangan barang yang menyediakan kebutuhan dari berbagai perusahaan mulai dari yang kecil sampai besar.

**Tabel 1.1** Data Penjualan PT Prima Labeling pada Juli 2020 - Juni 2021

No	Periode	Penjualan	Target Penjualan	Keterangan
1	Juli 2020	Rp 25.045.000	Rp 20.000.000	Tercapai
2	Agustus 2020	Rp 31.887.000	Rp 20.000.000	Tercapai
3	September 2020	Rp 21.666.000	Rp 20.000.000	Tercapai
4	Oktober 2020	Rp 23.205.000	Rp 20.000.000	Tercapai
5	November 2020	Rp 25.105.000	Rp 20.000.000	Tercapai
6	Desember 2020	Rp 21.245.000	Rp 20.000.000	Tercapai
7	Januari 2021	Rp 22.665.000	Rp 20.000.000	Tercapai
8	Februari 2021	Rp 18.080.000	Rp 20.000.000	Tidak Tercapai
9	Maret 2021	Rp 23.030.000	Rp 20.000.000	Tercapai
10	April 2021	Rp 22.460.000	Rp 20.000.000	Tercapai
11	Mei 2021	Rp 16.331.000	Rp 20.000.000	Tidak Tercapai
12	Juni 2021	Rp 17.340.000	Rp 20.000.000	Tidak Tercapai

**Sumber:** Administrator PT Prima Labeling tahun 2021

Dari periode tabel diatas menunjukkan pada bulan Juli 2020 hingga Juni 2021 penjualan PT Prima Labeling mengalami fluktuasi. Dalam periode penjualan tertinggi yang didapatkan PT Prima Labeling pada bulan Agustus 2020 sebesar Rp 31.887.000. Pada bulan ini dampak dari pandemi Covid-19 belum mempengaruhi penjualan PT Prima Labeling karena masyarakat Batam masih melakukan aktivitas seperti biasa sehingga penjualan PT Prima Labeling masih tinggi. Pemerintah mulai melakukan tahap *lockdown* pertama di Batam pada tanggal 12 Juli 2021 dikarenakan meningkatnya jumlah pasien Covid-19. Pada bulan Juli 2021

kebanyakan toko termasuk PT Prima Labeling sendiri harus menutup usahanya sementara waktu.

Tahun 2020 Indonesia menghadapi pandemi Covid-19 yang mempengaruhi penjualan PT Prima Labeling yang dimana penghasilan mengalami fluktuasi. Dampak dari pandemi ini lebih terlihat pada penurunan penghasilan dari awal tahun 2021 dibanding dengan awal tahun 2020. Seperti yang sudah diterangkan sebelumnya bahwa pada tanggal 12 Juli 2021 Batam melakukan tahap *lockdown* tahap pertama yang menyebabkan banyak usaha yang harus menutup toko sementara waktu. Namun sebelum tahap lockdown ini dilakukan Batam sudah mengalami kenaikan kasus Covid-19. Penurunan penghasilan terpesat terjadi pada bulan Mei dan juga bertepatan dengan hari raya lebaran umat Islam.

Libur yang panjang, promosi yang kurang, dan kasus Covid-19 yang kian meninggi di Batam ini PT Prima Labeling hanya menerima penghasilan sebesar Rp 16.331.000 dan juga merupakan salah satu penghasilan terendah pada periode tahun 2021. Banyaknya usaha pelanggan yang kurang berjalan berdampak juga kepada pembuatan produk di PT Prima Labeling berkurang. Berdasarkan penjelasan diatas, penulis beminat untuk mengamati dan meneliti mengenai persoalan yang akan dibahas kali ini. Sehingga penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Prima Labeling”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Sesuai latar belakang diatas dipaparkan dan pemahaman masalah yang dapat disimpulkan, diantaranya:

1. Kurangnya pelayanan yang diberikan kepada konsumen.
2. Kualitas produk yang perlu lebih ditingkatkan kembali.
3. Promosi diperlukan dalam berbagai macam bentuk untuk menaikkan target penjualan.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Dari keseluruhan isi masalah yang dilampirkan pada latar belakang penelitian ini, maka dari itu peneliti membuat batasan penelitiannya sebagai berikut:

1. Variabel pelayanan (X1) akan dibatasi masalahnya pada cara *customer service* melayani konsumen secara langsung dan tidak langsung.
2. Variabel kualitas produk (X2) ini peneliti membatasi masalah pada berbagai macam hasil produk yang sudah selesai diproduksi dan produk tersebut diterima oleh konsumen.
3. Variabel promosi (X3) dibatasi masalahnya pada cara perusahaan memberikan promosi kepada konsumen.
4. Batasan masalah yang terakhir dalam penelitian ini adalah peneliti akan mengambil responden konsumen yang membeli produk PT Prima Labeling.

### **1.4 Perumusan Masalah**

Rumusan masalah berikut merupakan hasil dari peneliti ambil setelah melakukan pengidentifikasi masalah, yaitu:

1. Apakah pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Prima Labeling?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Prima Labeling?

3. Apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Prima Labeling?
4. Apakah pelayanan, kualitas produk, dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan pada PT Prima Labeling?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan untuk meneliti masalah ini dirumuskan dari hasil permasalahan yang telah dipaparkan, diantaranya:

1. Untuk mencari tahu mengenai pengaruh pelayanan pada kepuasan pelanggan dalam PT Prima Labeling.
2. Untuk mencari tahu mengenai pengaruh kualitas produk pada kepuasan pelanggan dalam PT Prima Labeling.
3. Untuk mencari tahu mengenai pengaruh promosi pada kepuasan pelanggan dalam PT Prima Labeling.
4. Untuk mencari tahu mengenai pengaruh pelayanan, kualitas produk, dan promosi pada meningkatnya kepuasan pelanggan dalam PT Prima Labeling.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

#### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dipenelitian ini adalah:

1. Untuk Mahasiswa

Hasil riset penelitian dapat menjadi salah satu sumber penelitian mahasiswa selanjutnya terutama untuk peneliti yang memiliki variabel independent sama dengan penelitian berikut.

2. Untuk Masyarakat

Hasil riset penelitian berguna untuk mengetahui pentingnya menguatkan pelayanan, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan.

3. Untuk Peneliti

Meneliti variabel ini bertujuan untuk menambah wawasan mengenai beberapa pengaruh yang bisa menaikkan kepuasan pelanggan tersebut.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

1. Untuk Masyarakat Umum

Hasil riset ini bermanfaat untuk masyarakat yang ingin membuka atau memulai sebuah perusahaan. Hal ini agar seseorang yang mau memulai suatu usaha dapat mempertimbangkan beberapa faktor yang harus ditingkatkan sehingga keuntungan dalam kepuasan pelanggan dapat meningkat.

2. Untuk Perusahaan

Hasil ini diharapkan akan bermanfaat kepada perusahaan dalam meningkatkan pelayanan, kualitas produk, serta promosi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Untuk Universitas Putera Batam

Penelitian ini dimaksudkan untuk dijadikan sebagai referensi dan informasi mengenai pengaruh pelayanan, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada suatu perusahaan sekaligus menjadi bahan pembelajaran kepada mahasiswa baru.

4. Untuk peneliti berikutnya



Hasil riset ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti berikutnya jika mempunyai variabel sejenis dengan judul penelitian ini.