

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di dalam dunia bisnis, banyak para wirausaha berusaha untuk memasarkan atau menawarkan jasa atau produk untuk meningkatkan keuntungan perusahaannya. Perusahaan selalu ingin berhasil dalam usahanya, maka perusahaan akan tetap menjaga inovasi dan keunggulannya dalam bidang berbisnis. Setiap perusahaan akan mencoba atau berusaha secara maksimal untuk memuaskan para pelanggan atau pengguna jasanya. Supaya pelanggan merasa puas dan menggunakan kembali jasa yang diberikan oleh perusahaan, maka perusahaan harus meningkatkan kualitas-kualitas jasa yang diberikan. Kualitas-kualitas akan informasi, pelayanan dan promosi. Semakin akurat informasi, semakin bagus pelayanan dan semakin adanya promosi, maka para pelanggan akan merasa lebih senang dan puas dengan jasa yang perusahaan berikan.

Kualitas informasi akan lebih difokuskan kepada karakteristik yang diinginkan sistem informasi untuk menghasilkan informasi sendiri. Kualitas informasi adalah suatu karakteristik yang telah melekat pada informasi dan juga bermakna bagi pelanggan dan memberi keyakinan atau kepastian kepada pelanggan sehingga sangat bermanfaat dalam membuaat keputusan (Asnawi, 2017:41). Semakin bagusnya kualitas suatu informasi maka akan semakin mempengaruhi kepuasan pelanggannya (Tulodo & Solichin, 2019). Apabila sistem perusahaan memberikan informasi yang jelas dan akurat, maka pelanggan

akan merasa lebih mudah memahami sistem perusahaan tersebut. Perusahaan wajib memberikan kejelasan atau kenyataan yang sebenar-benarnya kepada para pelanggannya agar menghindari terjadinya ketidakpuasan pelanggan. Selain memberikan informasi yang jelas, perusahaan juga harus mendorong karyawannya agar dapat melayani pelanggan dengan ramah dan beretika. Pelanggan akan merasa lebih dihargai apabila pelayanan perusahaan bagus dan pelanggan juga akan terus menggunakan jasa yang disediakan perusahaan.

Kualitas pelayanan yaitu cara kerja sebuah perusahaan yang sedang berencana melakukan perbaikan mutu dan kualitas secara berulang-ulang kepada layanan yang diberikan perusahaan (Panjaitan, 2016:270). Pelayanan yang berkualitas sangat berperan penting untuk memuaskan pelanggannya, selain itu juga berhubungan erat dalam menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Jika layanan semakin berkualitas yang diberikan kepada pelanggan, maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi.

Bagaimana cara menarik agar pelanggan lebih tertarik dengan menggunakan jasa dari perusahaan adalah dengan cara memberikan promosi. Promosi sangat berpengaruh dalam kepuasan pelanggan karena apabila lebih banyak promosi yang diberikan, maka pelanggan akan lebih senang dan akan lebih sering menggunakan jasa kita. Promosi adalah proses memberitahukan, membujuk, dan mempengaruhi pelanggan untuk menggunakan jasa atau produk yang diberikan perusahaan. Dengan diadakannya promosi dalam perusahaan, maka pelanggan akan terbujuk untuk menggunakan jasa yang diberikan perusahaan (Saputra, 2018:752).

Apabila seorang pelanggan sudah merasa tidak nyaman menggunakan jasa dari perusahaan, maka pelanggan akan lebih memilih jasa pelayanan baru dari perusahaan lainnya daripada menggunakan jasa perusahaan yang kurang memperhatikan pelanggannya.

Informasi yang diberikan oleh perusahaan sangat berguna atau penting bagi konsumen. Semua pelanggan berhak mengetahui status barang yang mereka kirim lewat jasa perusahaan tersebut. Akan tetapi, pada saat pelanggan bertanya kepada pihak perusahaan mengenai status pengiriman barang, karyawan dari perusahaan tersebut tidak dapat memberikan sebuah kepastian kepada pelanggannya sehingga itu dapat menjadi pengaruh yang sangat besar terhadap kepuasan pelanggan tersebut.

Hal ini sudah sering terjadi, maka dari itu untuk karyawan yang selaku pemberi informasi kepada pelanggan seharusnya memastikan terlebih dahulu akan status barang pelanggan tersebut, bukan dengan langsung menjawab belum ada kepastian. Ini sangat berpengaruh besar bagi pelanggan maupun perusahaan. Dari sisi pelanggan akan merasa kurangnya profesionalnya karyawan perusahaan tersebut dalam menanggapi pertanyaan dari perusahaan. Dari sisi perusahaan, akan ada kemungkinan besar kehilangan pelanggan tersebut.

Promosi kepada pelanggan tidaklah hanya melalui mulut ke mulut, akan tetapi juga melalui berbagai media seperti iklan dan juga bagaimana cara kita menawarkan jasa kita kepada pelanggan, bagaimana cara kita menginformasikan jasa perusahaan, dan juga bagaimana cara membujuk pelanggan tersebut agar dapat menggunakan jasa perusahaan (Saputra, 2018).

PT. Sindo Makmur Sentosa (PT. SMS) adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang logistik dan ekspedisi bongkar kontainer baik dalam bentuk ekspor maupun impor, yang berlokasi di Komplek Hijrah Karya Mandiri Blok F No.5. Dalam perusahaan tersebut terdapat beberapa permasalahan yang mempengaruhi semakin berkurangnya pelanggan akibat kurangnya informasi yang jelas, pelayanan yang kurang bagus, dan komunikasi yang tidak efektif. Data-data dapat diketahui dari tabel sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Data Pembongkaran Kontainer PT Sindo Makmur Sentosa Bulan Januari 2019 - Juni 2019

No	Bulan	Jumlah	Target
1	Januari 2019	184 Kontainer	200 Kontainer
2	Februari 2019	180 Kontainer	200 Kontainer
3	Maret 2019	175 Kontainer	200 Kontainer
4	April 2019	169 Kontainer	200 Kontainer
5	Mei 2019	155 Kontainer	200 Kontainer
6	Juni 2019	145 Kontainer	200 Kontainer

Sumber: PT. Sindo Makmur Sentosa (2019)

Berdasarkan data tabel yang terlampir diatas, kita dapat lihat bahwa masih belum ada tercapainya target perusahaan untuk pembongkaran kontainer sebanyak 200 kontainer dalam satu tahun terakhir ini. Mulai dari bulan Januari ke bulan Juni sudah terjadi penurunan yang secara terus menerus dan sama sekali belum ada peningkatan. Hal tersebut terjadi dikarenakan banyak pelanggan yang merasa kurangnya layanan yang bagus untuk para pelanggan. Pelanggan seakan-akan merasa bahwa mereka sudah tidak dipedulikan lagi oleh perusahaan.

Permasalahan mulai muncul kembali pada perusahaan ini pada saat pelanggan datang langsung ke lokasi gudang perusahaan tersebut. Disini kita dapat memperhatikan cara pelayanan dari perusahaan tersebut. Apabila barang

tidak bisa langsung diambil pada saat pelanggan sudah datang, maka pelayanan perusahaan seharusnya ditingkatkan agar pelanggan tidak akan marah ataupun bosan pada saat menunggu barang mereka. Pelayanan pada perusahaan ini sangat kurang dikarenakan karyawan perusahaan tersebut tidak bersikap ramah, bahkan cara penyampaian informasi ke para pelanggan pun sangatlah tidak sopan atau kurang bagus di dengar. Pelanggan akan merasa tersinggung akan kualitas pelayanan tersebut. Pelanggan adalah raja bagi perusahaan, maka bagaimana juga, setiap konsumen harus dihargai dan dihormati. Sebagai karyawan yang bekerja dalam perusahaan pemberi jasa, maka sikap terhadap pelanggan harus sopan.

Perusahaan masih sangat kurang dalam cara berkomunikasi dengan pelanggan. Konsumen tidak akan selalu loyal apabila dari pihak perusahaan sendiri tidak melakukan komunikasi yang baik dengan pelanggannya. Hal tersebut akan mengakibatkan *lost contact* atau sudah asing, maka pada saat pelanggan mendapatkan jasa dari perusahaan lain yang lebih aktif dalam *follow-up* ke mereka, maka pelanggan akan merasa lebih senang akan hal tersebut. Lama kelamaan, pelanggan akan berhenti menggunakan jasa yang ada di perusahaan PT. SMS.

Sampai pada saat sekarang ini juga masih banyak pelanggan yang komplain mengenai harga yang diberikan perusahaan kepada pelanggan tersebut. Pelanggan sudah sering menggunakan jasa dari PT. Sindo Makmur Sentosa dalam waktu bertahun-tahun, namun pelanggan masih dikenai biaya yang sangat tinggi. Banyak pelanggan yang mengeluh mengenai soal tersebut. Perusahaan hanya memberikan promosi kepada pelanggan apabila ada pelanggan yang mengeluh

soal mengenai harga. Kemudian untuk promosi penjualan perusahaan sangat minim dalam arti masih sangat kurang karena perusahaan hanya melakukan promosi jasa perusahaannya melalui media sosial sendiri, seperti *facebook* dan *instagram*. Sampai sekarang ini, pihak perusahaan masih belum melakukan tindakan yang maksimal untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya sendiri.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul **Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Sindo Makmur Sentosa.**

1.2. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka dapat didefinisikan masalah-masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Kurangnya informasi yang jelas kepada pelanggan
2. Cara penyampaian informasi kepada pelanggan oleh karyawan perusahaan masih sangat kurang
3. Kurangnya pelayanan perusahaan terhadap konsumen ketika pelanggan menanyakan status barang yang dikirim
4. Kurang adanya promosi kepada pelanggan yang sering menggunakan jasa perusahaan
5. Pelayanan yang kurang bagus dapat menyebabkan pelanggan berhenti berlangganan
6. Masih belum ada tindakan dari perusahaan untuk menangani masalah-masalah tersebut

1.3. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini dirancang pembatasan masalah dikarenakan keterbatasan materi, waktu dan cakupan ruang lingkup penelitian yang sangat luas, untuk itu penulis membatasi permasalahan pada kualitas informasi, kualitas pelayanan, dan promosi di PT. Sindo Makmur Sentosa.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sindo Makmur Sentosa?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sindo Makmur Sentosa?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sindo Makmur Sentosa?
4. Apakah kualitas informasi, kualitas pelayanan, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sindo Makmur Sentosa?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sindo Makmur Sentosa
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sindo Makmur Sentosa
3. Untuk mengetahui promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sindo Makmur Sentosa
4. Untuk mengetahui kualitas informasi, kualitas pelayanan, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sindo Makmur Sentosa

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Aspek Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi para manajemen untuk mengelola cara pelayanan atau servis yang baik kepada pelanggan. Manajemen juga harus bisa memberikan masukan kepada karyawannya agar lebih teliti dan bersikap sopan kepada pelanggannya. Selain itu, manajemen juga dapat memberikan motivasi agar karyawan lebih semangat kerjanya agar dapat memperoleh hasil yang menguntungkan bagi kedua pihak, baik perusahaan maupun konsumen.

1.6.2. Aspek Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai panduan dalam pencapaian target tujuan bersama dan berguna:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat bermanfaat kepada perusahaan dalam mencapai kepuasan bersama, karena dengan adanya pelayanan yang bagus kepada pelanggan akan membawakan rasa kepuasan konsumen dan pihak perusahaan juga akan mendapatkan peningkatan keuntungan

2. Bagi Universitas Putera Batam

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan referensi dan dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan sumber referensi bagi peneliti selanjutnya.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan tentang kualitas informasi, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dijadikan sebagai acuan bagi rekan peneliti lain dalam penelitian selanjutnya dan diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori bagi yang mengambil judul kualitas informasi, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan.