

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kesuksesan suatu perusahaan dalam mengarungi era persaingan bisnis, salah satunya disebabkan karena kemampuan pihak perusahaan dalam membangun sistem pemasaran yang efektif. Menurut Priansa (2017: 4) Pemasaran berupa sekelompok aktivitas dan sebuah peranan manajemen dimana organisasi lainnya menciptakan pertukaran nilai antara usaha dan perusahaan itu sendiri dan para konsumennya. Tujuan dari pemasaran pada hakikatnya adalah demi mengetahui karakter konsumen dengan baik, hingga jasa yang disampaikan dapat diterima konsumen. Sebuah langkah yang harus dilakukan perusahaan agar mampu bersaing di era persaingan bisnis adalah dengan tingkat kepuasan konsumen yang terjaga. Memahami peranan konsumen yang sangat penting dan pengaruhnya terhadap kepuasan yang dirasakan oleh konsumen setelah memakai atau menggunakan jasa perusahaan.

Kepuasan konsumen (*satisfaction*) merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Konsumen akan merasa puas apabila jasa/produk yang diberikan melebihi begitu juga sebaliknya, ketidakpuasan konsumen akan terjadi apabila jasa/produk tidak melampaui keinginan yang diharapkan. Kotler & Keller, (2012: 138) Kepuasan konsumen menggambarkan reaksi emosional terhadap apa yang pernah dialami bersinggungan dengan jasa/produk

spesifik yang digunakan atau situasi yang dialami konsumen seputar harapannya setelah pemakaian jasa/produk yang dibeli.

Tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah fasilitas yang memadai. Fasilitas merupakan bentuk dari pelayanan yang sangat berpengaruh dan memotivasi konsumen untuk menentukan pilihan satu diantara sekian banyak jasa/produk yang ditawarkan menurut Agus Sulastiyono (2006) dalam jurnal Dealisna Pantilu et al (2018). Seperti halnya perusahaan dan bisnis lain, bisnis *bakery* (toko roti) dalam mengoprasikan usahanya agar selalu memperhatikan perilaku konsumen yang cenderung berubah-ubah sehingga bisa mengantisipasi perubahan tersebut, untuk kemudian dijadikan pedoman dalam rangka mengambil strategi pemasarannya.

Peluang bisnis *Bakery* (toko roti) sangat besar dan cukup bagus, tetapi juga sangat sensitif, khususnya terhadap masalah fasilitas dan kualitas pelayanannya. Pada saat ini *Bakery* (toko roti) telah menjadi bagian dari aktivitas kehidupan sehari-hari, imbasnya kehadiran *Bakery* (toko roti) sudah menjadi kebutuhan. Ini sering disangkut pautkan dengan aktivitas dan kerja yang sangat padat, sehingga para konsumen banyak beraktivitas diluar rumah. Hal itu menyebabkan konsumen mencari hal yang praktis untuk memenuhi kebutuhannya, dalam hal ini kebutuhan makanan, minuman dan konsumsi lain.

Strategi pemasaran yang diutamakan adalah kualitas pelayanan karena sangat erat hubungannya dengan pemenuhan kepuasan konsumen, tingkat kepuasan

konsumen dapat ditentukan oleh tingkat kualitas pelayanan yang diberikan, kepuasan yang didapatkan akan berefek baik untuk perusahaan salah satunya menciptakan loyalitas konsumen dan berdampak terhadap nama baik perusahaan yang akan positif menurut pandangan masyarakat umumnya dan para konsumen khususnya.

Tjiptono & Anastasi (2015: 29) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah sejauh mana selisih antara kenyataan dan ekspektasi para konsumen atas pelayanan yang mereka dapatkan. Maka dari pada itu kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua aspek utama, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expectation*), dan pelayanan yang diterima (*performance*). Kualitas pelayanan akan dianggap baik apabila *performance* dari pelayanan sesuai dengan *expectation* yang diimpikan oleh konsumen, kualitas pelayanan dianggap ideal dan dapat memuaskan bila *performance* dari pelayanan melebihi *expectation* yang diimpikan konsumen. Sebaliknya, kualitas dianggap buruk apabila *performance* dari pelayanan lebih rendah *expectation* yang diimpikan konsumen.

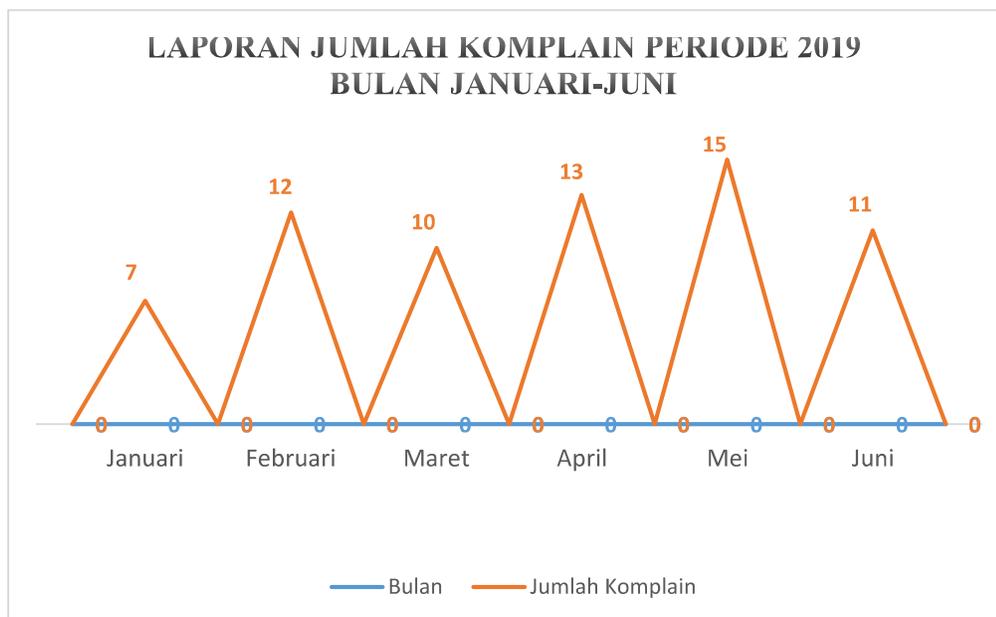
Satu hal yang tak lepas dari sistem pemasaran adalah tingkat kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan, produk yang baik mengacu pada fungsi dari produk itu sendiri dan tampilan serta biaya yang ditetapkan oleh pihak perusahaan menurut Kotler & Armstrong (2012) dalam jurnal Freekley Steyfli Maramis et al (2018). Ketiga hal di atas dapat dipertimbangkan jauh sebelum produk dibuat. Maka kualitas produk yang baik dan dapat membuat konsumen merasa puas dan akan melakukan *repeat order*. Maka dari itu, perusahaan diharuskan untuk dapat meningkatkan secara terus

menerus kemampuan produksinya dalam menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Perkembangan bisnis *Bakery* (toko roti) di Indonesia pada saat ini sedang meningkat. Mengutip dari Warta Ekonomi.co.id, data terbaru dari Asosiasi Pengusaha Bakery (APEBI) menunjukkan bahwa industri roti di Indonesia tumbuh antara 10-15% per tahun, dengan pangsa pasar terbesar didominasi oleh produksi roti lembut dan segar dengan kadar gula tinggi. Hal ini dapat ditinjau oleh banyaknya toko roti yang bermunculan dikarenakan sudah menjadi *lifestyle* bagi kebanyakan orang di zaman sekarang, terutama di kota-kota besar seperti kota Batam, dengan menyediakan tempat dengan fasilitas yang menarik serta kualitas pelayanan yang baik. Meningkatnya pendirian *Bakery* (toko roti) diberbagai tempat menunjukkan hasil dari permintaan pasar yang memang juga meningkat. Salah satu *Bakery* (toko roti) yang sedang berkembang di kota Batam adalah JOHN'S Bakery.

PT Batam Inti Sarana Adidaya merupakan perseroan terbatas yang menaungi perusahaan toko roti (*Bakery*) yang terdaftar dengan nama JOHN'S Bakery yang beralamat di Komplek Ruko Cipta Puri Blok D No 4 Tiban Kota Batam 29432. JOHN'S Bakery didirikan pada tahun 2012. Persaingan yang semakin ketat pada bisnis toko roti (*Bakery*) dicerminkan oleh banyaknya bermunculan pelaku bisnis dibidang yang sama, sehingga mempengaruhi naik turunnya bisnis toko roti (*Bakery*), beberapa bulan terakhir JOHN'S Bakery mengalami depresiasi dalam hal kualitas pelayanan, ini

terlihat dari jumlah komplain yang semakin meningkat pada setiap bulannya. Berikut data komplain yang diambil oleh penulis sepanjang tahun 2019:



**Gambar 1.1** Jumlah Komplain

Sumber: JOHN'S Bakery 2019

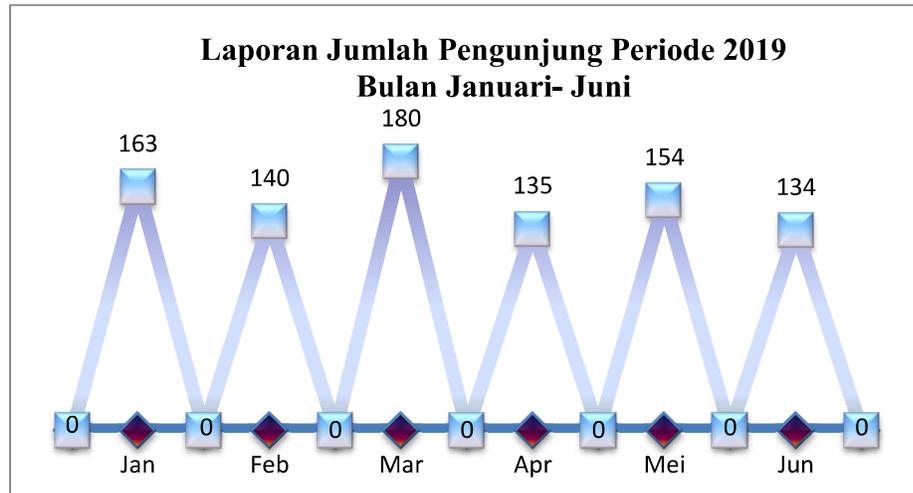
Jumlah komplain JOHN'S Bakery yang berfluktuasi dapat dilihat pada grafik di atas. Sepanjang tahun 2019 jumlah *complaint* konsumen cenderung mengalami flutuaktif. Pada bulan Februari komplain terjadi kenaikan dari bulan sebelumnya, lalu terjadi penurunan pada bulan Maret, pada bulan April dan Mei kembali terjadi kenaikan, lalu di bulan Juni mengalami penurunan kembali. Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan oleh penulis kepada beberapa konsumen, beberapa komplain yang diajukan konsumen diantaranya sebagai berikut:

Jumlah Konsumen Wawancara Awal	Komplain
2 Konsumen	Kurangnya perhatian yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen.
	Lambatnya pelayanan yang diberikan.
	Kurangnya respon terhadap keluhan konsumen.
	Terbatasnya tempat parkir

**Sumber:** Wawancara konsumen, tahun 2019

Menurut Munawir (2018) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat di promosikan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menikmati kepuasan. Berdasarkan pengalaman penulis fasilitas yang ada di perusahaan cenderung sedikit. Ada beberapa fasilitas yang tidak tersedia seperti tempat sembahyang, dan area parkir, konsumen *bakery* banyak menghabiskan waktunya diperusahaan sehingga membutuhkan area parkir yang memadai, konsumen yang datang berkunjung tidak hanya menggunakan kendaraan roda dua saja, akan tetapi ada konsumen yang menggunakan mobil sehingga area parkir yang luas sangat dibutuhkan. Dalam hal penataan meja dengan meja yang lain jaraknya hanya sedikit (dekat) sehingga mengganggu ketenangan pengunjung lain di sebelahnya. Pencahayaan yang kurang serta tidak adanya pembuangan udara sehingga membuat suasana kurang menyenangkan dan mengganggu kenyamanan konsumen.

Permasalahan di atas memiliki dampak pada tingkat pembelian, ini dapat di tunjukkan dari transaksi sepanjang tahun 2019 pada JOHN'S Bakery. Berikut data pembelian yang diambil oleh peneliti sepanjang tahun 2019:



**Gambar 1.2** Laporan Data Pengunjung  
Sumber: JOHN'S Bakery, 2019

Jumlah pengunjung di JOHN'S Bakery yang berfluktuasi dapat dilihat pada gambar 1.2 di atas. Sepanjang rentang tahun 2019 total konsumen mengalami fluktuatif. Penurunan total pembelian pada JOHN'S Bakery ini tentu harusnya diantisipasi oleh pihak perusahaan dengan melaksanakan investigasi terhadap penyebab total pengunjung yang mengalami penurunan.

Maka jumlah konsumen PT Batam Inti Sarana Adidaya atau John's Bakery dari periode bulan Januari sampai bulan Juni 2019 adalah sebesar 906 konsumen, maka dirata-ratakan populasi berjumlah 151 konsumen.

Berdasarkan paparan yang disampaikan oleh penulis di atas, maka permasalahan JOHN'S Bakery adalah mengenai fasilitas yang ada di PT Batam Inti Sarana Adidaya atau JOHN'S BAKERY. Oleh karenanya, maka dilaksanakan studi ini guna mengetahui faktor yang mempengaruhi konsumen untuk memilih JOHN'S Bakery.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT BATAM INTI SARANA ADIDAYA”**

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Berikut hasil identifikasi masalah berdasar latar belakang masalah di atas:

1. Fasilitas yang disediakan perusahaan kurang maksimal, tidak disediakan tempat sembahyang dan ruangan yang sempit.
2. Area parkir yang kurang luas maka konsumen yang datang berkunjung harus menggunakan lahan parkir perusahaan lain.
3. *Complaint* yang cenderung naik menandakan konsumen merasa kurang puas dalam hal pelayanan yang diterima.
4. Bentuk produk dari John Bakery kurang menarik perhatian konsumen.

### **1.3. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam studi ini sebagai berikut:

1. Variabel terikat dalam studi ini adalah kepuasan konsumen dan variabel bebas yang dalam studi ini adalah fasilitas, kualitas pelayanan dan kualitas produk.
2. Objek penelitian pada JOHN’S Bakery yang beralamat di Komplek Ruko Cipta Puri Blok D No 4 Tiban Kota Batam 29432.

#### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam studi ini sebahai berikut:

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Inti Sarana Adidaya?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Inti Sarana Adidaya?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Inti Sarana Adidaya?
4. Apakah fasilitas, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama–sama berepengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Inti Sarana Adidaya?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ditetapkan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Inti Sarana Adidaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Inti Sarana Adidaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Inti Sarana Adidaya.

4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama–sama terhadap kepuasan konsumen pada PT Batam Inti Sarana Adidaya.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi bagi peneliti yang akan melakukan pengembangan penelitian selanjutnya dan sebagai bahan pertimbangan suatu perusahaan dalam mengambil keputusan.

2. Manfaat Praktis

Sebagai referensi, bahan informasi dan masukan bagi pihak pemilik dan manajemen PT Batam Inti Sarana Adidaya mengenai hal-hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang teruji secara empiris sesuai dengan keadaan yang ada pada JOHN'S Bakery.