

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada zaman modern ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Hal ini menuntut setiap perusahaan untuk dapat memaksimalkan kualitas produk perusahaannya agar mampu bersaing di pasar. Salah satu bisnis yang berkembang pesat dan merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis dalam bidang pengecatan. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis dalam bidang pengecatan yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama akan tetapi kualitas produk yang berbeda – beda. (Sukmawati, 2018:131)

Setiap perusahaan harus dapat menciptakan sebuah produk yang baru yang mampu menarik perhatian konsumen serta sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumennya, yang pada akhirnya akan menciptakan kualitas produk yang saling menguntungkan baik dari pihak konsumen maupun bagi pihak produsen. Mengingat tingkat persaingan terus meningkat, maka pihak perusahaan harus meningkatkan kualitas produk, untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen atau calon konsumen lain. Kualitas produk menjadi salah satu hal yang sangat strategis terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Hal ini didukung oleh (Yanto, 2017:1) Selain kualitas produk, kepuasan konsumen di pengaruhi juga oleh kualitas pelayanan yang baik dari produsen ke konsumen.

Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak manajemen

selama para konsumen tersebut beradadi perusahaan, meliputi pelayanan yang di berikan oleh *sales, marketing*. Hal ini didukung oleh (Arianto, 2018:83) kualitas pelayanan menjadi setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. Kepuasan konsumen senantiasa menjadi suatu keharusan untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan khususnya bidang pengecatan dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk yaitu keuntungan apa saja yang diberikan oleh produk tersebut misalnya keunikan sebuah produk satu dengan yang lain dan memberikan nilai tambah bagi pemiliknya. Serta kualitas pelayanan kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). Keindahan suatu bangunan tak hanya dilihat dari bentuk fisiknya. Penataan desain interior dan eksterior ruangan bangunan juga bisa melahirkan keindahan. Salah satu faktor pendukungnya adalah cat dinding ruangan. Jika tidak punya keahlian khusus, anda dapat memakai jasa konsultan. Wujud kepuasan konsumen, akan menciptakan citra positif dan kepercayaan untuk tetap menggunakan produk/jasa bahkan merekomendasikan kepada orang lain sehingga akan menambah konsumen baru dari waktu ke waktu. Konsumen akan merasa puas terhadap produk/jasa yang ditawarkan apabila apa yang mereka dapatkan sesuai bahkan melebihi dari apa yang mereka harapkan. Pelanggan yang puas juga

cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain (Fiazisyah & Purwidiani, 2018:179).

PT Kansai Indo Warna adalah pabrik cat terbesar di Jepang semenjak tahun 1918, kemudian memperluas pabriknya di Indonesia sejak tahun 1977, pertama kali berdiri dengan nama PT Dayin Prima Paint. Pada tahun 1996 berubah menjadi PT Gajah Tunggal Prakarsa, pada tahun 2012 berubah menjadi PT Kansai Prakarsa Coatings. Demikian, ditunjukkan dengan sertifikat Quality Management System ISO 9001, sertifikat Environment Management System ISO 14001 pada unit pabrik Cat dan Rasin. Sertifikasi ini adalah pengakuan internasional ini dijadikan pengakuan kesungguhan berbisnis, dan senantiasa membuat suatu produk yang dapat memuaskan masyarakat. Kini PT Kansai Indo Warna pertama kali memasuki Kota Batam pada awal tahun 2014 yang menjadi distributor cat pertama di Kota Batam. PT Kansai Indo Warna menyediakan cat yang berkualitas tinggi banyak yang sering digunakan untuk memperbaiki dinding yang sudah berjamur, alat industri terbuat dari *furniture*, serta dapat melindungi produk dengan tugas berat yang memiliki fungsi perlindungan pada cuaca, dan juga menyediakan cat dinding yang bervariasi memiliki kualitas baik, dan dapat meperindah ruangan dan bangunan, serta memiliki cat besi dan kayu dengan keunggulan yang sangat fantastis, yaitu dapat mengeringkan dengan cepat, penempelan atau perekatan pada cat yang sangat baik.

PT Kansai Indo Warna merupakan perusahaan yang berjalan di bagian manufaktur dan memproduksi produk berupa cat. Dengan manajemen PT Kansai Indo Warna ingin menciptakan produk dan layanan yang baik dan menjadi pilihan

yang paling baik untuk produk cat didalam maupun diluar negeri, pengiriman produksi yang dapat dengan cepat dan efisien memenuhi kebutuhan di dalam masyarakat dan memenuhi kepuasan produk dan pelayanan adalah prioritas PT Kansai Indo Warna.

PT Kansai Indo Warna memiliki kelemahan yaitu merek yang kurang terkenal di kalangan masyarakat sehingga mengakibatkan turunya penjualan pada perusahaan. Perusahaan tidak memberikan tata cara dalam pemakaian produk sehingga membuat konsumen salah dalam melakukan pengecatan. Saat konsumen membeli produk tersebut ternyata konsumen tidak mengetahui bahwa kualitas produk hanya bertahan selama 1-3 tahun dan juga konsumen dalam memberi produk tidak adanya penurunan harga atau diskon.

Adanya konsumen lama dan baru, diperusahaan lebih mengutamakan konsumen yang lama dibandingkan dengan yang baru sehingga membuat konsumen baru menjadi kecewa, dan dalam membeli produk, konsumen harus menunggu dalam waktu satu bulan ketika barang yang dipesan oleh konsumen tidak ada.

Saat konsumen melakukan pemesanan produk ke perusahaan, perusahaan tidak dapat mengirim barang secara langsung karena tidak hanya satu konsumen yang memesan barang tersebut, dan ada juga konsumen-konsumen lain yang memesan barang, jadi disaat pengiriman barang supir diperusahaan mengantar sesuai dengan rute terdekat, sehingga konsumen yang berada sedikit jauh di perusahaan tersebut merasa kecewa. Ketika konsumen memesan barang melewati telepon gengam konsumen tersebut memesan tidak sesuai dengan kode yang

diinginkan sehingga sering terjadi kesalahan ketika pengantaran barang sampai di tangan konsumen.

Saat konsumen melakukan pemesanan produk ke perusahaan dalam jumlah yang banyak, maka perusahaan harus melakukan pemesanan produk karena barang tidak tersedia di gudang dengan alasan produk tersebut tidak banyak yang menggunakan dalam proyeknya. Sehingga sering terjadinya keterlambatan sampai ke konsumen karena adanya kendala dalam waktu pengiriman yang cukup lama.

Dalam meningkatkan tingkat penjual, PT Kansai Indo Warna menargetkan penjual setiap bulan. Berikut adalah Tabel penjualan selama 12 bulan mulai dari bulan Januari 2018 – Desember 2018:

**Tabel 1.1 Data Penjualan PT Kansai Indo Warna**

Di Kota Batam Periode Januari 2018 – November 2018

<b>BULAN</b>	<b>PENJUALAN</b>
Januari 2018	1,289,220,800
Febuari 2018	1,367,183,653
Maret 2018	1,587,827,300
April 2018	1,010,952,503
Mei 2018	1,158,201,000
Juni 2018	978,354,470
Juli 2018	1,375,034,800
Agustus 2018	1,091,571,550
September 2018	1,386,859,800
Oktober 2018	1,881,482,500

November 2018	1,327,616,350
Desember 2018	1,349,754,700
TOTAL	15,804,059,426

**Sumber :** PT Kansai Indo Warna Tahun 2018

Berdasarkan tabel penjualan 1.1 diatas, terlihat pada bulan Januari 2018 sampai bulan Desember 2018 selama 12 bulan penjualan mengalami fluktuasi.

Fluktuasi ini disebabkan oleh kepuasan konsumen yang tidak stabil, karena setiap konsumen membeli suatu produk selalu berbeda, dimana tingkat kepuasan konsumen dapat dilihat dari kualitas pelayanan pada suatu produk/jasa dapat atau tidak dihati konsumen, apabila konsumen memiliki lebih dari penilaiannya pada suatu kualitas produk yang dipakai, konsumen tersebut akan memiliki rasa tingkat puas pada produk tersebut. (Arianty, 2015:74) Selain itu konsumen juga berasal dari beberapa segmen, Dengan dasar itulah, maka peneliti merasa tertarik untuk menganalisis secara jauh lebih dalam tentang **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Kansai Indo Warna”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penulisan latar belakang penelitian diatas, peneliti mengidentifikasi beberapa masalah-masalah yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Merek kurang terkenal dimasyarakat mengakibatkan turunnya penjualan.
2. Kurangnya tata pemakaian produk/tata cara pemakaian sehingga membuat konsumen tidak mengetahui produk tersebut.

3. kualitas produk tidak sesuai yang diharapkan konsumen yang harusnya 4-5 tahun daya tahan lamanya, tetapi sekali di uji 1 – 3 tahun sudah luntur.
4. Ketika konsumen membeli produk terlalu banyak tidak ada penurunan harga produk.
5. Mengutamakan konsumen yang lebih lama dari pada konsumen yang baru.
6. Produk yang distock kurang banyak sehingga jika konsumen membeli suatu produk tidak ada dan konsumen tersebut mengeluh.
7. sering terjadinya keterlambatan pengiriman barang mengakibatkan banyak konsumen yang kecewa.
8. terjadi *miss* komunikasi terhadap konsumen ketika pengiriman barang yang di beli tidak sesuai.
9. barang tidak *ready* sehingga konsumen membeli suatu produk harus menunggu 1 bulan barangnya datang dari luar negeri.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan penulisan identifikasi masalah diatas, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Independen dibatasi pada kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2).
2. Variabel dependen dibatasi pada kepuasan konsumen (Y).

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penulisan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT Kansai Indo Warna Di Batam
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada PT Kansai Indo Warna Di Batam.
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT Kansai Indo Warna Di Batam.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka penulis membuat tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan secara parsial kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Kansai Indo Warna Di Batam.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan secara parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Kansai Indo Warna Di Batam.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh signifikan secara parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT Kansai Indo Warna Di Batam.

### **1.6 Manfaat**

Pada penelitian ini memberi manfaat sebagai berikut:

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

1. Dapat kita jelaskan bahwa teoritis penelitian ini dapat menghasilkan teori baru dan dapat membagikan ilmu ke peneliti selanjutnya.
2. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat, ilmu pengetahuan serta wawasan khususnya dalam bidang pemasaran yang terkait kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi mahasiswa  
Dengan penelitian ini, diharapkan dapat menambah ilmu referensi, menambah pengetahuan yang luas, mahasiswa Universitas Putera Batam, khususnya mahasiswa program studi Manajemen.
2. Bagi universitas  
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi secara teoritis sebagai bahan pengetahuan atau wawasan untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang terkait dengan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
3. Bagi perusahaan  
Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan informasi dan ilmu pada perusahaan dalam peningkatan kualitas produk yang baik dan kualitas pelayanan yang baik dalam meningkatkan kepuasan konsumen untuk lebih memperhatikan keuntungan perusahaan pada PT Kansai Indo Warna.