

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis yang semakin pesat membuat persaingan semakin ketat, baik perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa maupun non-jasa bersaing untuk bertahan dan mendapatkan keuntungan. Dengan kondisi masyarakat yang semakin berkembang dan keberhasilan pembangunan menyebabkan adanya pergeseran akan kebutuhan yang harus dipenuhi. Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat, maka perusahaan harus mampu memenuhi berbagai permintaan yang berbeda-beda. Perusahaan sangat mengharapkan mendapatkan kepuasan konsumen, tidak terkecuali untuk perusahaan yang bergerak pada sektor bahan pangan. Perusahaan pada sektor ini harus berusaha keras mempromosikan produk yang dijual kepada konsumen.

Promosi merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena promosi penjualan merupakan alat komunikasi antara produsen dan konsumen. Promosi penjualan merupakan sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang menyakinkan kepada konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi penjuwalanan adalah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan konsumen (Nofitasari, Triastity, 2016;44). Perusahaa dituntut untuk melakukan promosi sebaik dan se-efektif mungkin agar dapat menarik konsumen. Kegiatan promosi dilakukan dengan maksud membujuk, merangsang konsumen

agar mau membeli produk perusahaan sehingga tujuan untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat tercapai.

Target penjualan juga dapat dicapai dengan memberikan kualitas produk yang baik. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk dapat memuaskan kebutuhan yang diharapkan konsumen. Berdasarkan definisi yang di sampaikan diatas dapat dikatakan bahwa suatu produk dapat dikatakan berkualitas ketika produk tersebut telah memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Oleh karena itu memfokuskan pada kualitas produknya dan membandingkan dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing adalah hal penting yang harus dilakukan perusahaan, agar kualitas produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan tidak kalah bagus dengan kualitas produk pesaing.

Faktor lain yang harus diperhatikan perusahaan untuk mendapatkan kepuasan konsumen adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan oleh perusahaan dengan baik. Kualitas pelayanan berasal dari suatu perbandingan antara apa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan yaitu perbandingan harapan dan dengan persepsi mereka tentang pelayanan yang diberikan (Isfahilah dan Fatimah, 2018 : 21). Sehingga bersikap ramah dalam melayani pelanggan adalah hal yang harus terus diperhatikan oleh PT Cemerlang Jaya Segar dalam operasionalnya sehingga tercipta pengalaman berbelanja yang berkesan dan memuaskan bagi konsumen

Persaingan tidak hanya sebatas kualitas produk tetapi juga kepuasan konsumen. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul

setelah membandingkan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang diterima. Apabila perusahaan gagal memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan tidak puas. Apabila hasil perusahaan sesuai dengan yang diharapkan, maka konsumen akan puas. Apabila hasil perusahaan melebihi dengan yang diharapkan, maka konsumen akan sangat puas. Memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan serta harapan mereka merupakan hal terpenting bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan. Salah satu cara untuk merebut pangsa pasar adalah memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Perusahaan akan berhasil memperoleh konsumen dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Konsumen yang merasa puas akan menjadi konsumen setia dan merekomendasikan dari mulut ke mulut.

PT Cemerlang Jaya Segar merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang ekspor sayuran ke singapura dan juga menyalurkan sayur-sayuran ke market lokal.. Dalam proses aktivitas perusahaan tersebut masih bisa di katakan belum sempurna dalam kategori promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan di perdagangkan karena perusahaan tersebut harus menyesuaikan dengan keadaan market lokal. Berikut ini adalah tabel data omset penjualan di PT Cemerlang Jaya Segar.

Meskipun tergolong baru perusahaan terus berbenah dan terus mencoba untuk bisa terus bisa diterima pasar. Bagi perusahaan hal yang penting adalah pasar bisa menerima dan merasa puas dengan produk dan layanan PT Cemerlang Jaya Segar. Bukti bahwa perusahaan sangat konsen dengan kepuasan konsen

adalah perusahaan terus memberikan inovasi pada produknya, dan memperbaiki tata cara promosinya serta, memberikan pelatihan bagi sales sales untuk lebih terampil dalam memberikan layanan kepada konsumennya.

Aspek promos misalnya dilakukan oleh perusahaan dengan lebih gencar dan lebih banyak media yang digunakan. Media ini meliputi iklan kecil di koran, dan radio. Selain itu juga menyertakan dalam bentuk pembelian *bundling product* dengan metode pembelian produk tertentu mendapatkan item produk yang dilekatkan pada produk utama. Promosi penjualan juga dilakukan misalnya dengan nilai nominal tertentu mendapatkan produk item tertentu. Di sisi lain perusahaan juga bekerja sama dengan outlet outlet tertentu untuk memberikan harga diskon atau rabat bagi penjual atau reseller yang ingin menjual kembali produk dari PT Cemerlang Jaya Segar.

Aspek kualitas produk dicapai dan terus diupayakan melalui visi bahwa PT Cemerlang Jaya Segar, hanya menyediakan produk produk yang benar benar segar (fresh raw) dalam lini dan item produknya. Usaha ini dilakukan dimulai dari hilir atau awal produk tersebut berada dari petani. Perusahaan benar benar konsen terhadap mutu produk dengan menempatkan orang yang paham terhadap produk buah dan makanan yang baik. Tidak hanya itu perusahaan juga melakukan pembelian perangkat keras untuk mendukung kesegeran produk dengan memiliki gudang penyimpanan atau *storage system* yang baik. Barang barang juga mendapatkan pengawasan yang baik pada saat melalui proses packing dan packaging dimana seluruh karyawan harus menggunakan peralatan yang

memadai, seperti tutup kepala dan sarung tangan untuk menghindari perpindahan kuman, serta untuk perlindungan karyawan itu sendiri.

Sedangkan aspek kualitas pelayanan dilakukan oleh PT Cemerlang Jaya Segar dengan terus memberikan layanan yang terbaik. Upaya untuk memberikan layanan yang terbaik ini, dapat dilihat dari segala sesuatu yang dilakukan perusahaan seperti terus memberikan latihan pada karyawan bagian marketing yang membawahi banyak salesman dan tenaga marketer yang sering bertemu dengan reseller atau penjual. Bagian dari upaya menjaga kualitas pelayanan adalah pelatihan terus menerus tentang cara menanggapi komplain pelanggan, pemberian respon terhadap kebutuhan pelanggan dengan cepat, dan memperhitungkan penggantian dari setiap kerugian pelanggan dalam rasio yang masuk akal, serta memperbanyak kotak saran serta hot line atau layanan customer care baik melalui email dan *whatsapp*. Semua ini dilakukan dalam rangka memberikan layanan yang dapat menggugah pelanggan agar tetap terus puas kepada produk yang PT Cemerlang Jaya Segar lebih baik.

Dengan demikian nampak jelas bagaimana usaha PT Cemerlang Jaya Segar, terus mencoba menjaga kepuasan konsumen agar terus merasa puas dan pada akhirnya terus berhubungan dengan perusahaan untuk setiap produk yang dibutuhkannya. Jumlah dari pelanggan potensial dan pelanggan loyal dapat disajikan dalam tabel tentang jumlah pelanggan yang rutin dan pelanggan lepas yang membeli dan berbelanja di PT Cemerlang Jaya Segara seperti disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pembeli Eceran dan Pelanggan Potensial PT Cemerlang Jaya Segar

Bulan	Pembeli lepas (< dari 3.5 juta)	Pembeli pelanggan tetap (>= 3.5 juta)
Juni	57	44
Juli	65	36
Agustus	61	42
September	72	35
Oktober	64	45
November	68	38

Sumber: Manajemen PT Cemerlang Jaya Segar (2019)

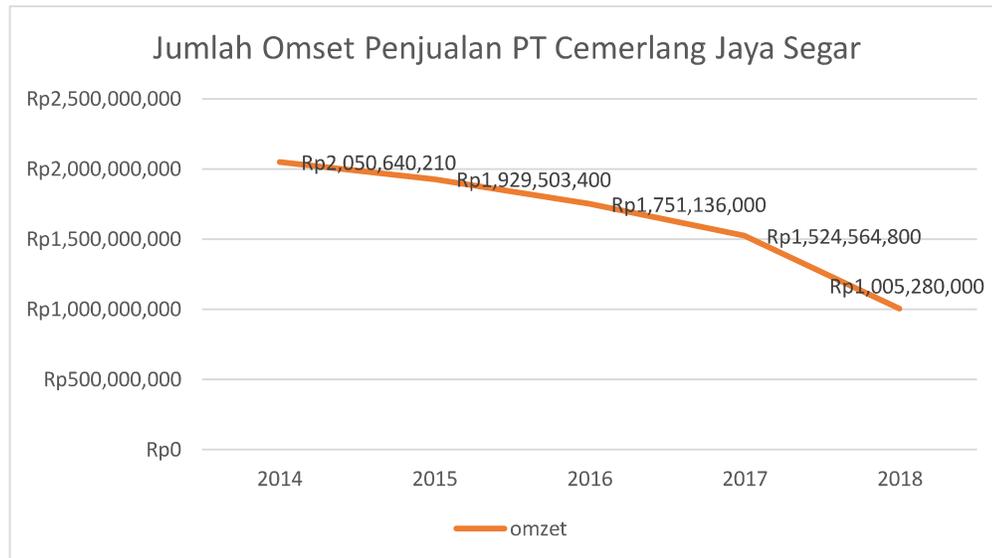
Sedangkan jumlah penjualan yang terakumulasi dan dihimpun dalam bentuk tabel penjualan empat tahun terakhir, yang dimulai dengan tahun penjualan 2014 sebesar Rp. 2.050.640.210 seperti disajikan dalam gambar berikut ini;

Tabel 1. 2 Data Jumlah Omset Penjualan PT Cemerlang Jaya Segar

Tahun	Jumlah Penjualan	Persentase Penurunan
2015	1.929.503.400	-
2016	1.751.136.000	9,24%
2017	1.524.564.800	12,94%
2018	1.005.280.000	34,06%

Sumber: Manajemen PT Cemerlang Jaya Segar (2019)

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa PT Cemerlang Jaya Segar mengalami penurunan penjualan selama 4 tahun terakhir, Jika dilihat dalam bentuk grafik maka dapat dihasilkan grafik sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Data Omzet Penjualan

Sumber: Manajemen PT Cemerlang Jaya Segar (2019)

Dari data di atas dapat dilihat bahwa penjualan PT Cemerlang Jaya Segar mengalami penurunan omzet. Penurunan yang paling besar berada pada tahun 2018 yaitu mencapai 34,06 persen.

Dari gambaran apa yang telah dilakukan dan diupayakan oleh perusahaan ditengah gencarnya persaingan penjualan dapat diperhatikan bahwa perusahaan telah terus mengupayakan agar bisnisnya terus berjalan. Ketiga aspek yang meliputi promosi, meningkatkan kualitas produk, dan meningkatkan kualitas pelayanan tersebut dilakukan oleh PT Cemerlang Jaya Segar di Kota Batam, dengan fenomena yang ada tersebut maka penulis mengambil judul penelitian “**Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Cemerlang Jaya Segar**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar masalah diatas, maka dapat disimpulkan permasalahan timbul sebagai berikut :

1. Terjadinya persaingan yang semakin ketat di perekonomian global saat ini sehingga perusahaan tersebut harus memahami konsumen secara efektif dan efisien.
2. Pelayanan terhadap konsumen belum memenuhi ekspektasi konsumen.
3. Kualitas produk tidak diketahui konsumen.
4. Keinginan konsumen semakin beragam.
5. Susahnya meningkatkan kepuasan konsumen.
6. Kurangnya kesadaran akan pentingnya kepuasan konsumen.

1.3 Pembatasan Masalah

Sehubungan dengan keterbatasan kemampuan penulis, keterbatasan waktu, lokasi dan biaya, penulis tidak dapat membahas semua masalah. Untuk itu, penulis membatasi pembahasan permasalahan yang akan dibahas. Pembatasan masalah ini juga berguna untuk membatasi masalah agar penelitian tersebut tidak meluas, agar lebih efektif, efisien, lebih terarah dan dapat dikaji lebih mendalam. Untuk itu, penulis melakukan pembatasan pada penelitian ini, antara lain :

1. Penelitian ini dilakukan di PT Cemerlang Jaya Segar.
2. Penelitian ini menggunakan variabel bebas promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan variabel terikat yaitu kepuasan konsumen.
3. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen PT Cemerlang Jaya Segar.

4. Periode penelitian dari September 2019 sampai dengan Februari 2019

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Cemerlang Jaya Segar ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Cemerlang Jaya Segar ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Cemerlang Jaya Segar ?
4. Apakah promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT Cemerlang Jaya Segar ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah memperoleh data dan informasi yang tepat untuk menganalisis data. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada PT Cemerlang Jaya Segar.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Cemerlang Jaya Segar.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Cemerlang Jaya Segar.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada PT Cemerlang Jaya Segar.

1.6 Manfaat Penelitian

Setiap mahasiswa khususnya penulis yang melakukan penelitian pada suatu objek sangat mengharapkan agar hasil dari penelitian yang dilakukan ini dapat bermanfaat bagi semua kalangan yang membutuhkan. Manfaat-manfaat tersebut antara lain:

1.6.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang dapat dijadikan pertimbangan untuk manajemen dalam strategi mempengaruhi kepuasan konsumen.

1.6.2 Aspek Praktis

Manfaat dari aspek praktis penelitian ini dapat dijadikan panduan dalam pencapaian target dan berguna :

1. Bagi PT Cemerlang Jaya Segar

Penelitian ini bisa bermanfaat bagi perusahaan dalam pencapaian tujuan bersama karena dapat dijadikan pedoman dalam menentukan kebijakan-kebijakan yang hendak dilakukan yang berkaitan dengan promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan.

2. Bagi Universitas Putera Batam

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

3. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai cara menganalisa pengaruh promosi, kualitas produk dan kualitas pengalaman terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan.