

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia industri alat bangunan yang semakin meningkat dari tahun ke tahun dan memicu munculnya kompetitor lain dalam bersaing dan bertahan dipasar. Peningkatan ini dipengaruhi dengan adanya pembangunan infrastruktur yang semakin banyak dilaksanakan pada saat ini, dan menjadikan hal ini sebagai peluang dalam menjalankan perusahaan yang bergerak dibidang bangunan. Setiap perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas perusahaan, baik itu dari segi kualitas produk maupun kualitas pelayanan perusahaan. Jika kualitas produk dan kualitas pelayanan suatu perusahaan itu bagus maka akan meningkatkan kinerja perusahaan tersebut, namun sebaliknya jika dari segi kualitas produk dan kualitas pelayanan suatu perusahaan itu buruk maka akan memperoleh hasil sebaliknya.

Dalam sebuah perusahaan sumber daya manusia dianggap sangat penting, yang dikarenakan sumber daya manusia dianggap sebagai aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Aset perusahaan yang sangat berharga ini memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta kualitas kerja perusahaan dalam menjaga keloyalitan konsumen untuk tetap berbelanja di perusahaan tersebut. Hal ini sangat penting dalam pengembangan sumber daya manusia, karena banyak sumber daya manusia yang tidak mendapat dukungan berkualitas tinggi, yang membebani pembangunan negara, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat, dan

pembangunan negara. Kondisi sosial budaya memudahkan berkembangnya layanan pendidikan untuk memenuhi kebutuhan yang beragam. Bentuk kebutuhan masyarakat khususnya dalam hal selera dan kepuasan konsumen (Erinawati & Syafarudin, 2021).

Produk merupakan suatu barang yang diproduksi atau dipasarkan oleh perusahaan yang bertujuan dalam memenuhi kebutuhan konsumen, yang mana pembeli melakukan terlebih dahulu mencari informasi dan klasifikasi produk yang sesuai dengan kebutuhannya sendiri. Setiap perusahaan menjual produk dengan kualitas yang baik, kualitas produk merupakan kemampuan atau kegunaan suatu barang dalam memenuhi kewajiban yang diinginkan oleh pembeli baik itu durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Selain itu, kualitas dapat didefinisikan sebagai keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut (Jubaidah, Binangkit, & Ahmad, 2021).

Menurut (Wirawan & Seminari, 2021) Kualitas produk seringkali menjadi evaluasi utama ketika melakukan pembelian suatu produk, karena pembeli juga perlu membandingkan kembali kualitas produk sebelum membelinya. Kualitas produk yang baik tentunya akan memudahkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian (Alam, 2020). Sedangkan menurut (Handayani & Rahayu, 2021a) Kualitas produk merupakan faktor penting dalam kepuasan konsumen setelah membeli dan menggunakan suatu produk, sedangkan menurut Kotler dalam jurnal penelitian (Kosasih, 2020) mengemukakan pendapatnya tentang kualitas produk merupakan sebuah pencapaian atau tingkat unggul yang dinantikan terhadap pengendalian tersebut dalam memuaskan keinginan pembeli.

Kualitas pelayanan perusahaan dapat dinilai dari bagaimana cara sebuah perusahaan mengatasi sebuah masalah dengan pembeli, serta bagaimana perusahaan tersebut memberikan solusi yang tepat dalam memecahkan sebuah masalah agar pembeli tidak merasakan ketidakpuasan terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan dikatakan baik apabila orang yang melakukan pembelian tersebut merasa perusahaan telah melayani mereka dengan baik, begitu pula sebaliknya. Adapun beberapa faktor dalam memberikan pelayanan agar lebih baik adalah dengan memenuhi ekpektasi kualitas pelayanan yang menjadi target kepuasan pembeli (Manoy, Mananeke, & Jorie, 2021).

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang Anda harapkan dan mengendalikan tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Saputra & Ardani, 2020). Menurut Tjiptono (2021a) Kualitas pelayanan sering diberi arti sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan serta tuntutan pembeli, dan akurat dalam penyampaian dalam memenuhi ekspektasi pembeli, sedangkan menurut (Handayani & Rahayu, 2021a) Jika apa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kualitas pelayanan memberikan gambaran tentang tingkat pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau pemasar dibandingkan dengan harapan pelanggan (Afwan & Santosa, 2019).

Pada PT Batam Bangun Prathama masalah kualitas produk sering kali terjadi terutama terhadap pabrik produksi yang terkadang produk datang tidak sesuai dengan orderan yang dipesan, produk yang sama namun pewarnaan yang berbeda dan produk

yang sama tetapi ketebalannya tidak sama. Sehingga ketika ada pesanan dari pembeli yang ingin membeli produk yang telah dibeli sejak lama akan berbeda dengan produk yang dibeli saat ini, karena setiap kali masa produksi produk per periode akan berbeda. Hal ini menyebabkan turunnya penjualan dan tingginya retur penjualan yang terjadi di perusahaan terkait produk yang cacat, produk yang tidak sesuai dalam warna, ketebalan dan aksesoris, serta produk yang terkadang berkarat atau *loss*.

Tabel 1.1 Data Retur Penjualan Periode Maret (2021) – Februari (2022)

Periode Maret (2021) – Februari (2022)												
Jenis Produk	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
Sekop Lancip/ Sekop Pasir Hitam	7	5	8	3	5	6	6	8	10	9	5	6
Kawat Las NSK308 2.0 MM	5	7	3	2	6	4	9	12	10	13	7	8
Gerobak Abu-Abu BBP	2	3	3	4	7	3	5	6	6	8	5	6
Paku Asbes 3 inch	3	5	4	6	3	5	6	9	10	10	12	5
Paku Beton Eagle	8	10	5	7	3	4	11	11	14	11	8	10
Total	25	30	23	22	24	22	37	46	50	51	37	35

* Satuan Paku dalam bentuk Box

* Satuan Kawat Las, Gerobak dan Sekop dalam bentuk Pcs

Sumber Data: PT Batam Bangun Prathama, 2022

Pada tabel 1.1 diatas dijabarkan data retur produk dari pelanggan PT Batam Bangun Prathama periode Maret 2021 sampai dengan Februari 2022, yakni pada bulan Maret 2021 terjadi retur produk sebanyak 25 produk dan dapat ditekan jumlah retur tersebut hingga bulan Agustus menjadi 22 produk, namun kembali terjadi pengembalian barang yang cukup signifikan pada bulan September sebanyak 37 produk dan berlanjut hingga mencapai 51 produk yang diretur pada bulan Desember

dan merupakan yang tertinggi periode tahun 2021. Ini terjadi karena kualitas produk yang dikeluhkan oleh pelanggan seperti paku yang baru dipesan banyak mengalami patah ketika hendak dipasang, serta tidak lurus ketika hendak digunakan. Kemudian di bagian produk kawat las, gerobak, serta sekop juga mengalami karat ketika barang baru dipesan oleh pelanggan, sehingga pelanggan melakukan pengembalian barang karena tidak dapat dijual ke konsumen. Hal ini juga berdampak pada pelayanan atau *service* yang diberikan oleh perusahaan ke pelanggan karena kurangnya memperhatikan produk yang akan di kirim sampai ke konsumen.

Selanjutnya ditampilkan data keluhan pelanggan yang terjadi selama periode Maret tahun 2021 hingga bulan Februari tahun 2022, yang disajikan dalam bentuk tabel dan telah dirangkum.

Tabel 1.2 Data Jumlah Komplain Periode Maret (2021) – Februari (2022)

Bulan	Jumlah Komplain	Spesifikasi Komplain
Maret	25	Tanggapan/respon marketing yang lama dan pengiriman produk yang tidak sesuai dengan pesanan.
April	26	Spesifikasi produk yang disampaikan oleh sales berbeda dengan barang yang dikirim dan pengiriman pesanan yang lama.
Mei	24	Barang pesanan yang dikirim tidak sesuai dan lambatnya respon perusahaan terkait konfirmasi ulang yang dilakukan oleh pelanggan.
Juni	22	Adanya kesalahan pengiriman produk, produk yang rusak, dan pengiriman barang yang terlambat.

Juli	27	Spesifikasi produk yang dijelaskan sales berbeda dengan barang yang dikirim dan kesalahan pengiriman barang kepada konsumen.
Agustus	24	Pengiriman yang terlambat dan keluhan konsumen terhadap sales yang menjelaskan spesifikasi produk yang berbeda dengan yang dikirim.
September	33	Pengiriman yang terlambat, barang yang dikirim tidak sesuai pesanan, respon perusahaan yang lambat dalam memberikan solusi pemecahan masalah bisnis dan spesifikasi produk yang disampaikan tidak sesuai pengiriman barang.
Oktober	36	Kurangnya pengecekan barang sebelum pengiriman ke konsumen sehingga barang yang rusak sampai ke konsumen, lambatnya respon dari perusahaan terkait pengiriman pesanan yang kurang, keluhan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan dan lamanya proses konfirmasi ulang yang dilakukan konsumen terkait pesanan yang tidak sesuai.
November	35	Sales yang menjelaskan spesifikasi produk tidak sesuai, kurangnya pengecekan barang sebelum pengiriman ke konsumen, dan keluhan terhadap pelayanan perusahaan.
Desember	35	Kesalahan pengiriman barang, respon perusahaan yang lama terkait pengiriman pesanan yang kurang dan rusak, lamanya proses konfirmasi ulang yang dilakukan konsumen terkait pesanan yang tidak sesuai.

Januari	29	Keluhan terhadap pelayanan perusahaan serta lamanya tanggapan dari perusahaan terkait suatu konflik.
Febuari	28	Adanya keluhan dari konsumen terkait pelayanan dan lambatnya perusahaan dalam memberikan solusi pemecahan bisnis kepada konsumen.

Sumber Data: PT Batam Bangun Prathama, 2022

Di tabel 1.2 dapat dilihat pada bulan Maret terjadi komplain dari pelanggan sebanyak 25 keluhan yang harus diselesaikan oleh perusahaan, kemudian terjadi stagnan hingga dibulan Agustus dan meningkat tajam sejak bulan September hingga Desember hingga mencapai 35 komplain dari konsumen kepada perusahaan dan pada Januari hingga Febuari tahun 2022 telah menurun menjadi 28 keluhan. Adapun masalah yang dikeluhkan oleh pelanggan meliputi tanggapan/respon dari staff marketing yang lama serta informasi yang disampaikan tidak sesuai seperti pengiriman barang yang sudah di janjikan, spesifikasi produk yang diinformasikan sales penjualan tidak sesuai harapan pelanggan ketika barang tiba, serta banyak pelanggan melakukan konfirmasi ulang terkait masalah yang mereka hadapi dan mengulang menghubungi perusahaan untuk pemecahan masalah bisnis yang dihadapi.

Dalam menjalankan perusahaan salah satu hal yang sangat perlu diperhatikan yaitu pelayanan. Pelayanan dianggap penting karena merupakan orang yang secara langsung berinteraksi dengan konsumen dan akan menjadi nilai tambahan bagi perusahaan jika pelayanan tersebut dinilai bagus bagi konsumen, kualitas pelayanan

menjadi salah satu hal yang sering dinilai oleh konsumen dalam mengambil keputusan pembelian terhadap suatu barang.

Berikut total penjualan PT Batam Bangun Prathama periode 2021/2022

Tabel 1.3 Data Penjualan Periode Maret (2021) – Februari (2022)

Bulan	Target Penjualan (IDR)	Total Penjualan (IDR)	Selisih (IDR)	Persentase
Maret	2.000.000.000	2.436.204.000	436.204.000	21.8 %
April	2.000.000.000	1.857.654.000	(142.346.000)	-7.11 %
Mei	2.000.000.000	2.100.948.000	100.948.000	5.04 %
Juni	2.000.000.000	1.998.345.000	(1.655.000)	-0,08 %
Juli	2.000.000.000	1.893.066.000	(106.934.000)	-5.34 %
Agustus	2.000.000.000	1.882.031.000	(117.969.000)	-5.89 %
September	2.000.000.000	1.902.569.000	(97.431.000)	-4.87 %
Oktober	2.000.000.000	1.874.344.000	(125.656.000)	-6.28 %
November	2.000.000.000	1.750.322.000	(249.678.000)	-12.4 %
Desember	2.000.000.000	1.601.233.000	(398.767.000)	-19.9 %
Januari	2.000.000.000	1.732.890.000	(267.110.000)	-13.3 %
Februari	2.000.000.000	1.700.320.000	(299.680.000)	-14.9 %

Sumber Data: PT Batam Bangun Prathama, 2022

Pada tabel diatas dapat dilihat total penjualan dan target penjualan yang harus dicapai tidak terealisasi bahkan kurang dari 50 persen selama periode tersebut. Target penjualan hanya tercapai dibulan Maret dan Mei, kemudian di bulan November dan Desember terjadi penurunan omset penjualan yang cukup signifikan. Hal ini menandakan kurangnya pembelian yang dilakukan pelanggan karena faktor produk yang ditawarkan belum mengalami perbaikan dari segi kualitas dan pelayanan yang

diberikan oleh pihak perusahaan masih jauh dari ekspektasi/harapan yang diterima oleh pelanggan.

Setelah dijelaskan permasalahan yang telah dijabarkan diatas, maka saya mengangkat judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT BATAM BANGUN PRTAHAMA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan permasalahan diatas, berikut identifikasi permasalahan, yakni :

1. Kualitas produk yang berbeda per periode, sehingga sering menyebabkan retur karena produk tidak sesuai yang diinginkan konsumen.
2. Kurangnya pengecekan produk sehingga produk yang cacat atau rusak dikirim ke konsumen.
3. Lambatnya tanggapan perusahaan kepada konsumen dalam memberikan jawaban.
4. Kurangnya penjelasan kepada konsumen terkait produk yang ditanyakan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, peneliti akan mempersempit masalah agar tidak menyimpang dari pokok pembahasan yang sesuai dengan judul.

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya berfokus terhadap variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

2. Membatasi produk yang diteliti seperti paku beton, kawat las, gerobak bbp, paku asbes dan sekop lancip.

1.4 Rumusan Masalah

Dari penjelasan diatas, dapat di simpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Batam Bangun Prathama ?
2. Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Batam Bangun Prathama ?
3. Apakah pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Batam Bangun Prathama ?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini, yakni untuk mengetahui :

1. Adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT Batam Bangun Prathama.
2. Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Batam Bangun Prathama.
3. Adanya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara simultan pada PT Batam Bangun Prathama.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat membantu perusahaan untuk lebih fokus terhadap kualitas produk dan kualitas pelayanan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bisa menjadi penambahan pengertian peneliti serta informasi yang peneliti dapatkan terkait dengan kualitas produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

Peneliti berharap agar penelitian ini bisa membantu perusahaan dalam memecahkan masalah serta dapat memberikan solusi yang dibutuhkan oleh perusahaan yang berhubungan dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan.

3. Bagi Universitas Putera Batam

Peneliti berharap agar penelitian ini bisa dijadikan sebagai sumber informasi bagi pembaca dalam memahami lebih dalam terkait variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap bisa dijadikan sebagai sumber referensi bagi peneliti selanjutnya agar dapat dikembangkan lebih dalam pada penelitian selanjutnya.