

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Kota Batam adalah kota terbesar di Kepulauan Riau dan kota terbesar ketiga di wilayah Sumatera setelah Medan dan Palembang yang mana memiliki letak strategis di Indonesia. Selain berada di jalur pelayaran Internasional, kota ini memiliki jarak yang sangat dekat dan berbatasan langsung dengan Singapore dan Malaysia.

Kota Batam merupakan salah satu kota dengan pertumbuhan terpesat di Indonesia. Pertumbuhan yang pesat ini menjadikan wilayah ini sebagai pemacu banyaknya investor yang melakukan kegiatan investasi untuk membuka usaha di kota ini. Berbagai usaha penggerak ekonomi mulai dari usaha dalam bidang komunikasi, perbankan, industri, perkapalan, perdagangan, sampai dengan usaha kuliner dan jasa lainnya di tawarkan di Kota Batam. Industri beton jadi (*readymix*) merupakan salah satu usaha yang ditawarkan di Kota Batam.

Dalam beberapa tahun belakangan ini, industri beton jadi mulai berkembang sangat pesat di Indonesia khususnya di Kota Batam. Perkembangan yang pesat ini ditandai dengan adanya lonjakan permintaan pemesanan beton jadi dari tahun ke tahun. Banyaknya permintaan pemesanan beton jadi diberbagai wilayah di Kota

Batam memicu banyaknya investor mulai melirik ke industri ini yang mana menjadikan industri ini sebagai industri andalan mereka.

Salah satu perusahaan penyedia beton jadi (*readymix*) di Kota Batam adalah PT Remicon Widyaprima. PT Remicon Widyaprima didirikan pada bulan Juni 1990. PT Remicon Widyaprima memiliki tiga *batching plant* yang berlokasi di tiga kawasan industri strategis di Kota Batam yaitu Batu Ampar, Kabil dan Tanjung Uncang. PT Remicon Widyaprima merupakan salah satu penyedia beton jadi yang telah memiliki lebih dari 400 pelanggan yang tersebar di berbagai wilayah di Kota Batam.

Didalam kondisi *hyper competitive* (tingkat persaingan tinggi) ini, PT Remicon Widyaprima menghadapi tantangan yang berat untuk memenangkan konsumen, terlebih lagi mendapatkan konsumen yang bersedia untuk setia mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Sebagian besar perusahaan menjadikan konsumen sebagai salah satu aset perusahaan yang sangat berharga.

Upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik konsumen lebih banyak lagi adalah dengan cara membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan. Salah satu alternatif strategi yang digunakan PT Remicon Widyaprima adalah *Customer Relationship Management (CRM)*. *Customer Relationship Management (CRM)* adalah hubungan kerjasama antara pihak provider dengan konsumen sehingga kedua belah pihak saling menguntungkan (Alma, 2007: 271).

Dengan demikian, melalui CRM perusahaan dapat melakukan pendekatan sehingga dapat menarik sejumlah informasi mengenai kebutuhan pelanggan.

Masalah yang bersangkutan dengan *Customer Relationship Management* yang sering terjadi pada PT Remicon Widyaprima adalah kurangnya komunikasi antara pihak perusahaan dengan para pelanggan. Kurang tepatnya penyampaian keluhan (*missed communication*) dari pihak pelanggan kepada perusahaan juga sering terjadi pada PT Remicon Widyaprima yang mana mengakibatkan komunikasi terus menerus yang memakan waktu.

Kendala lain yang terjadi yang berkaitan dengan *Customer Relationship Management* di PT Remicon Widyaprima adalah banyaknya pelanggan yang ada namun belum sepenuhnya dari mereka merasakan pelayanan dan penanganan yang memuaskan. Kurangnya pelayanan dan penanganan itulah yang menyebabkan kurang harmonisnya pihak perusahaan dengan para pelanggan dan perusahaan kerap kehilangan pelanggan yang berpindah langganan ke perusahaan lain yang sejenis.

Selain meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan, PT Remicon Widyaprima juga harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan guna membangun kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dalam Sunyoto, 2012: 227).

Hal yang menjadi masalah dalam membangun kepuasan pelanggan bagi PT Remicon Widyaprima adalah kurangnya pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti pelanggan sangat sulit untuk mendapatkan jadwal

pengiriman beton jadi (*readymix*) sesuai dengan keinginan mereka. Ketidakmampuan perusahaan dalam memenuhi keinginan pelanggan inilah yang membuat pelanggan merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT Remicon Widyaprima.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap sebuah perusahaan. Pelanggan yang merasa puas terhadap suatu perusahaan pada saat melakukan proses transaksi dan juga terhadap barang atau jasa yang didapatkan akan memungkinkan pelanggan tersebut kembali menggunakan barang atau jasa yang diberikan serta merekomendasikan produk jasa tersebut kepada orang-orang yang ada disekitarnya.

Selain itu, penyebab yang lainnya adalah loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan dapat menunjukkan seberapa besar dukungan seorang pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Pada sisi yang lain, loyalitas pelanggan dapat membuktikan tingkat kepercayaan pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Loyalitas pelanggan dapat dijadikan dasar pengambilan kebijakan untuk meningkatkan jumlah pelanggan perusahaan kedepannya.

**Tabel 1.1**  
Pertumbuhan Jumlah Pelanggan PT Remicon Widyaprima

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pelanggan</b>
2011	202
2012	176
2013	161

**Tabel 1.1** Lanjutan

2014	140
------	-----

Sumber: Data Sekunder PT Remicon Widyaprima 2016

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa pertumbuhan jumlah pelanggan PT Remicon Widyaprima dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi yang tidak stabil. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan pelanggan pada tahun 2012 ke tahun 2013. Pertumbuhan pelanggan yang tidak stabil ini terjadi dikarenakan rendahnya loyalitas yang dimiliki pelanggan terhadap PT Remicon Widyaprima.

Rendahnya loyalitas pelanggan pada PT Remicon Widyaprima disebabkan oleh kurangnya hubungan baik dan komunikasi dengan pelanggan dan juga kurangnya kepuasan yang diterima oleh pelanggan. Penyebab lainnya adalah harga beton jadi (*readymix*) yang ditawarkan cenderung lebih mahal dan juga kurangnya diskon/ promosi yang diberikan oleh PT Remicon Widyaprima.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Customer Relationship Management* dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Remicon Widyaprima”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. PT Remicon Widyaprima masih kurang menjalin komunikasi dan hubungan baik dengan para pelanggan. Kurang tepatnya penyampaian keluhan (*missed*

*communication*) dari pihak pelanggan kepada perusahaan juga sering terjadi pada PT Remicon Widyaprima yang mana mengakibatkan komunikasi terus menerus yang memakan waktu. Banyaknya pelanggan yang belum sepenuhnya merasakan pelayanan dan penanganan yang memuaskan dari pihak perusahaan dan hal ini mempengaruhi keharmonisan pelanggan terhadap perusahaan.

2. Pelanggan sangat sulit untuk mendapatkan jadwal pengiriman beton jadi (*readymix*) sesuai dengan keinginan mereka, pemasukkan jadwal pengiriman beton jadi dan penambahan jumlah (*quantity*) kubikasi secara mendadak menyebabkan pelanggan sulit mendapatkan jadwal pengiriman sesuai dengan keinginan mereka.
3. Pertumbuhan pelanggan pada PT Remicon Widyaprima dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi yang tidak stabil. Rendahnya loyalitas pelanggan pada perusahaan disebabkan oleh kurangnya hubungan baik dan komunikasi dengan pelanggan dan juga kurangnya kepuasan yang diterima oleh pelanggan.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, dalam proposal ini penulis membatasinya pada waktu dan ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

1. Lokasi penelitian di PT Remicon Widyaprima Kantor Pusat Batu Ampar.

2. Acuan penelitian akan dilakukan kepada pelanggan PT Remicon Widyaprima periode Juli sampai Desember 2016.

#### **1.4 Perumusan Masalah**

Sejalan dengan penjelasan yang telah diutarakan dalam latar belakang masalah yang telah diutarakan diatas, permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Customer Relationship Management* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Remicon Widyaprima?
2. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Remicon Widyaprima?
3. Apakah *Customer Relationship Management* dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Remicon Widyaprima?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk memperoleh pengetahuan yang dapat memecahkan masalah yang sesuai dengan rumusan masalah diatas.

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Remicon Widyaprima.

2. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Remicon Widyaprima.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* dan Kepuasan Pelanggan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Remicon Widyaprima.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat sebagai berikut:

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat memberi tambahan pengetahuan dan wawasan serta kajian mengenai pengaruh *customer relationship management* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi peneliti

Dapat memberikan wawasan serta pengetahuan pada peneliti serta memberikan kesempatan baik untuk menerapkan teori-teori yang didapat saat kuliah kemudian membandingkan dengan kondisi nyata atau kenyataan yang ada.

## 2. Bagi PT Remicon Widyaprima

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai dasar yang objektif dalam mengambil keputusan serta sebagai pedoman untuk menentukan langkah-langkah yang akan dilakukan oleh perusahaan di masa mendatang.

## 3. Bagi masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan acuan dan bahan perbandingan bagi masyarakat selama melakukan penelitian yang terkait dengan masalah loyalitas pelanggan.