

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada dasarnya manusia sebagai konsumen membeli barang dan jasa adalah untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan hidup. Hal ini berarti konsumen tidak hanya membeli produk atau barangnya saja, akan tetapi yang dibeli adalah manfaat atau kegunaan dari produk tersebut. Keinginan dan kebutuhan manusia itu sifatnya tidak terbatas, tetapi sumber daya yang dimiliki terbatas. Oleh karena itu demi mendapatkan suatu barang untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan tersebut maka seseorang akan rela menukarkan atau mengorbankan benda atau barang yang dimiliki, seperti uang atau benda-benda lainnya. Terdapat suatu perbedaan yang mendasar antara keinginan dan kebutuhan hidup manusia. Keinginan merupakan kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang. Sedangkan kebutuhan itu bersifat naluri yaitu pernyataan dari perasaan kekurangan akan sesuatu hal, misalnya orang yang merasa lapar akan mencari barang yang dapat dimakan. Pemasaran (*marketing*) bersangkut-paut dengan kebutuhan hidup sehari-hari kebanyakan orang. Melalui proses tersebut, suatu produk atau jasa diciptakan, dikembangkan, dan didistribusikan pada masyarakat.

Dalam dunia pemasaran, terdapat dua macam produk yang ditawarkan, yakni produk barang dan produk jasa. Produk yang dibahas dalam penelitian ini adalah jasa. Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu

pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Penelitian yang banyak dikaji pada sektor jasa salah satu yang paling banyak diteliti adalah kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Konsumen yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli produk lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan harga dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual jasa. Yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang paling banyak diteliti adalah kualitas pelayanan dan harga suatu produk yang ditawarkan.

Sebuah perusahaan berpotensi meningkatkan pangsa pasar melalui pemenuhan tingkat kualitas pelayanan pelanggan. Kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan. Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Untuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kualitas pelayanan ini sangat penting, adanya pelayanan yang baik akan mendatangkan profit pada perusahaan, untuk sisi lainnya juga akan mendatangkan konsumen yang lainnya untuk menggunakan jasa kita, konsumen lama pun juga akan terus menggunakan layanan jasa kita. Apabila pelayanan yang diberikan ke konsumen diterima dan konsumen tidak merasa tidak enak akan tersebut, maka kualitas pelayanan dapat dikatakan bagus dan memuaskan konsumen.

PT Fesconsulindo Indonesia yang menjadi bahan penelitian ini merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang Jasa Konsultasi Perpajakan, Akuntansi, dan Auditing. Perusahaan ini telah bergerak selama 9 tahun, dimulai dari tahun 2008. Produk yang ditawarkan perusahaan ini berupa jasa konsultan untuk pajak, laporan keuangan, dan juga audit.

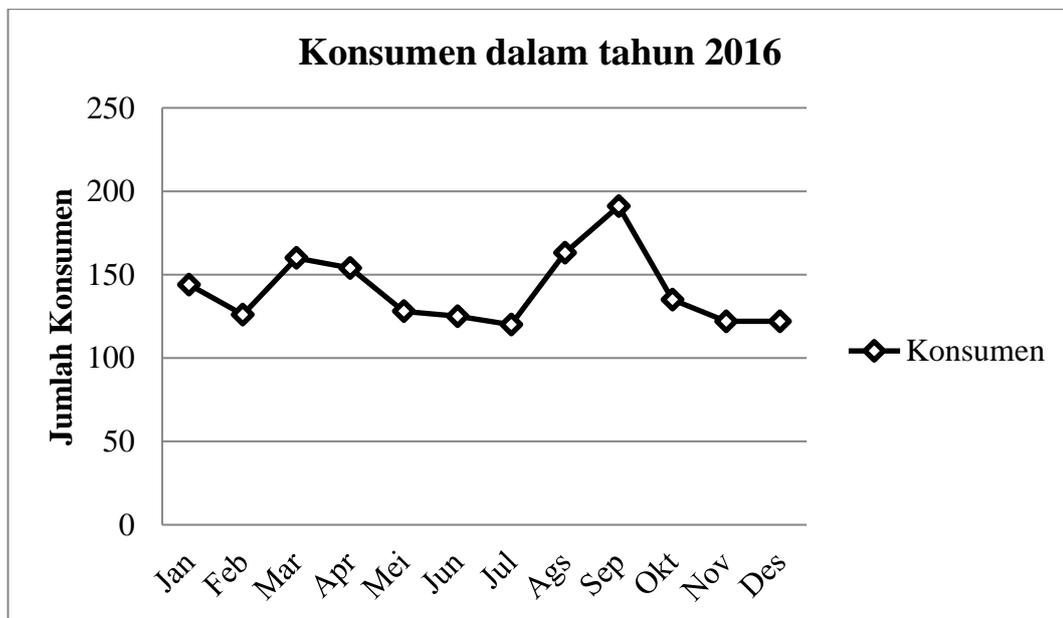
Untuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa, tentu kualitas pelayanan sangatlah penting agar perusahaan dapat terus berjalan dengan baik dan mendapatkan konsumen yang banyak dan puas akan pelayanan yang diberikan. Di aspek lain selain kualitas pelayanan, harga juga sangatlah penting dikarenakan kualitas pelayanan yang diberikan harus sesuai dengan harga yang ditawarkan.

Permasalahan yang terjadi pada PT Fesconsulindo Indonesia dalam masalah kualitas pelayanan berhubungan cara karyawan berkomunikasi dan memberi pelayanan pada konsumen. Diketahui bahwa karyawan yang bekerja di ini tidak ada diberi pelatihan mengenai bagaimana melayani konsumen dengan benar dan hanya memberikan karyawan sendiri melayani sesuai kemampuan sendiri, disinilah sering terjadi adanya konsumen yang salah paham ataupun kurang puas akan pelayanannya. Kurangnya layanan purna jual juga merupakan salah satu penyebab atas kurangnya perhatian pihak perusahaan pelayanan jasa ini dalam memahami apakah konsumen puas akan jasa yang diberikan.

Permasalahan kedua yang terjadi pada PT Fesconsulindo Indonesia terdapat dalam masalah harga. Terkadang pihak perusahaan menawarkan harga yang mungkin menurut konsumen agak tinggi atau tidak sesuai dengan pelayanan

jasa yang konsumen inginkan sehingga konsumen mengomplain atas harga tersebut. Tidak jarang juga ada konsumen yang *cut off* jasa pelayanan konsultasi tersebut karena masalah harga yang ditawarkan di proposal. *Cut off* yang dimaksud adalah pemutusan hubungan kerja antara konsumen dengan pihak yang menawarkan jasa.

Selama setahun terakhir, pelanggan yang menggunakan jasa PT Fesconsulindo Indonesia ini sebagai berikut:



Gambar 1.1 Grafik Konsumen PT Fesconsulindo Indonesia

Sumber : Data PT Fesconsulindo Indonesia

Dari Gambar 1.1. nampak bahwa jumlah konsumen dalam 1 tahun terakhir mengalami penurunan. Bahwa pada bulan maret terjadi kenaikan konsumen yang tinggi karena merupakan bulan batas pelaporan SPT Tahunan OP (Orang Pribadi), terjadi penurunan pada bulan april dikarenakan ada beberapa konsumen yang menggunakan jasa pelaporan SPT Tahunan OP (Orang Pribadi) di bulan maret

saja, bulan april merupakan batas pelaporan SPT Tahunan Badan Usaha, dan terdapat kenaikan yang lumayan tinggi di bulan agustus dan september dikarenakan kedua bulan tersebut merupakan batas akhir untuk periode I (pertama) *Tax Amnesty* (Amnesti Pajak), dimana wajib pajak hanya perlu membayar uang tebusan sebesar 2% dari total harta yang di laporkan ke dalam *tax amnesty*. Setelah melewati bulan september, terdapat penurunan yang lumayan besar di bulan oktober sampai desember. Adanya penurunan dalam jumlah konsumen itu bisa dikarenakan kualitas pelayanan yang diberikan kurang memuaskan atau harga yang lumayan tinggi sehingga konsumen kurang mampu membeli layanan jasa PT Fesconsulindo Indonesia.

Dari latar belakang diatas, maka saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di PT Fesconsulindo Indonesia.**

1.2. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti ingin membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen PT Fesconsulindo Indonesia, dan oleh karena itu berdasarkan latar belakang, maka identifikasi masalah sebagai berikut

1. Adanya konsumen yang *cut off* jasa pelayanan konsultasi.
2. Adanya komplain dari konsumen terkait dengan harga yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen di proposal.

3. Banyaknya keluhan konsumen berkaitan dengan pelayanan yang diberikan.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan harga.
2. Objek dalam penelitian ini adalah PT Fesconsulindo Indonesia.
3. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa PT Fesconsulindo Indonesia.

1.4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT Fesconsulindo Indonesia?
2. Apakah harga terhadap kepuasan konsumen berpengaruh PT Fesconsulindo Indonesia?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT Fesconsulindo Indonesia?

1.5. Tujuan Penelitian

Relevan dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk menjelajahi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT Fesconsulindo Indonesia.
2. Untuk menjelajahi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen PT Fesconsulindo Indonesia.
3. Untuk menjelajahi pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen PT Fesconsulindo Indonesia.

1.6. Manfaat Penelitian

Kegunaan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Untuk Peneliti

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini perusahaan memperoleh masukan yang positif dan meningkatkan kualitas dan kesesuaian harga yang dapat menambah kepuasan setiap konsumen.

2. Untuk PT Fesconsulindo Indonesia

Peneliti berharap, dengan adanya penelitian ini perusahaan memperoleh masukan yang positif dan membangun, yang dapat diterapkan perusahaan dalam memahami kepuasan konsumen.

3. Untuk Peneliti Lanjutan

Bagi peneliti lanjutan, peneliti berharap dengan adanya penelitian ini penelitalanjutan dapat menambah wawasan dan menambah pemikiran yang tidakterpikirkan oleh peneliti, melalui penelitian ini peneliti berharap peneliti lanjutandapat memahami lebih lanjut mengenai pengetahuan di bidang manajemen pemasarankhususnya tentang kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen.