

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi dan semakin berkembangnya ekonomi suatu daerah sangat menentukan tingkat pertumbuhan dan kemajuan peradaban masyarakatnya dari gaya hidup yang tradisional ke gaya hidup yang lebih modern. Perkembangan ini juga meningkatkan berbagai kebutuhan salah satunya adalah kebutuhan masyarakat akan informasi yang lebih luas. Dunia informasi pada saat ini cukup berkembang pesat, seiring dengan hal tersebut kebutuhan masyarakat akan ketersediaan kesempatan mengakses informasi pun menjadi mengemuka. Hal ini kemudian melahirkan kebutuhan lain yang mengiringi kebutuhan informasi yaitu kebutuhan masyarakat akan ketersediaan media yang tidak hanya memberikan manfaat edukatif namun juga memiliki manfaat dalam hal ini memberikan hiburan kepada masyarakat. Salah satu media yang berkembang luas di masyarakat adalah Televisi.

Televisi adalah media telekomunikasi yang menyajikan informasi secara cepat dan luas kepada masyarakat dan berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak serta bersuara. Perusahaan-perusahaan yang membangun stasiun televisi mulai berlomba dalam membuat program dan menyajikannya kepada masyarakat. Ketersediaan program yang disiarkan stasiun televisi, menjadi semakin variatif dengan segmentasi yang beragam (orang tua hingga anak-anak), tetapi ketersediaan program yang cukup menarik ini membuat masyarakat tidak puas. Sebagian masyarakat masih menginginkan berbagai macam saluran yang lebih

luas dan lebih menarik lagi. Oleh karena itu, berbagai perusahaan mulai bekerja sama dengan perusahaan stasiun televisi dengan menciptakan TV Kabel. TV kabel adalah metode penyiaran acara televisi lewat isyarat frekuensi radio yang disalurkan melalui serat optik yang tetap atau kabel coaxial, dan bukan lewat udara seperti siaran televisi biasa yang harus ditangkap antena (*over-the-air*). Dengan menggunakan TV Kabel, beragam saluran akan masuk di Televisi masyarakat dan lebih luas lagi informasi yang dihasilkan.

Perkembangan yang terjadi seperti yang di uraikan di atas menyebabkan berbagai perusahaan bersaing menciptakan yang terbaik bagi masyarakat. Munculnya persaingan ini dapat berdampak baik maupun buruk bagi sebagian perusahaan. Apabila semakin luas informasi yang dapat dijangkau maka akan semakin tinggi pula kualitas yang diberikan perusahaan kepada pelanggan serta makin meningkatnya kepuasan pelanggan. Selanjutnya, semakin banyaknya perusahaan stasiun televisi untuk diajak berkerjasama maka semakin banyak pula pilihan saluran dan informasi kepada pelanggan. Namun, hal ini dapat juga menjadi pemicu persaingan dalam menawarkan kerjasama yang saling menguntungkan.

Suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila tingkat kepuasan pelanggan meningkat. Menurut Tse dan Wilton (1988) dalam (Tjiptono, 2012 : 311) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Pelanggan merupakan penilai serta

penuntut perusahaan untuk memenuhi standar kualitas yang akan mempengaruhi performansi perusahaan dan pelanggan juga merupakan orang yang harus dipuaskan. Dalam sistem pemasaran modern, pelanggan yang puas akan produk maupun jasa perusahaan akan setia dan tidak beralih ke perusahaan lain. Untuk mengatasi tingkat kepuasan pelanggan dengan ketatnya persaingan dalam pemasaran maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Karena kualitas produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, semakin baik kualitasnya maka semakin puas pelanggan.

Kualitas produk menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas produk merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Keller, 2009 : 143). Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan pelanggan terhadap suatu produk akan terpenuhi. Jika mutu produk yang diterima lebih tinggi dari yang diharapkan, maka kualitas produk yang dipersepsikan akan lebih memuaskan pelanggan. Kualitas produk dapat diukur dengan beberapa indikator menurut Vincent Gaspersz, yaitu : kinerja (*performance*), ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), kehandalan (*reliability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), daya tahan (*durability*), kemampuan melayani (*Serviceability*), dan estetika (*aesthetic*) (Alma, 2011 : 89).

Faktor lain yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan (*service quality*) di definisikan sebagai hasil

persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan yang terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima) (Pujawan, 2010 : 97). Tidak hanya dengan kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor penentu tingkat kepuasan.

Apabila kualitas pelayanan yang dihasilkan mampu memenuhi persepsi pelanggan serta memahami kebutuhan spesifik pelanggan maka pelanggan akan semakin puas. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan beberapa indikator menurut Parasuraman dalam (Tjiptono, 2011 : 198), yaitu: realibilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik dari perusahaan kepada pelanggan.

Salah satu perusahaan yang bersaing dalam menciptakan TV Kabel adalah PT Fasindo Jaya Kabel Television Batam. PT Fasindo Jaya Kabel Television ini termasuk perusahaan TV kabel baru di Batam yang merupakan cabang dari Bandung. PT Fasindo Jaya Kabel Television memiliki teknisi yang berpendidikan SMK di bidang elektro dan yang memiliki sikap yang sopan dan profesional dalam bekerja.

Berikut ini adalah Data Pelanggan PT Fasindo Jaya Kabel Television :

Tabel 1.1 Data Pelanggan PT Fasindo Jaya Kabel Television 2017

No.	Perumahan Pelanggan PT Fasindo Jaya Kabel Television Area Cendana Mix Batam Center	Jumlah Pelanggan
1.	Simpang Raya	63
2.	Gabana	47
3.	Emerald	50
4.	Enjelin	49
5.	Bukit Airis	52

LANJUTAN TABEL 1.1		
6.	Meitri Garden	58
7.	Alam Raya	50
8.	Ruko Manalagi	31
Total		400

Sumber : PT Fasindo Jaya Kabel Television

Pada PT Fasindo Jaya Kabel Television memiliki saluran yang lebih baik daripada TV kabel lainnya. Namun, masih ada beberapa masalah yang terjadi pada PT Fasindo Jaya Kabel Television, yaitu masih sering terjadi saluran televisi yang kurang tajam, sering terjadi sinyal hilang apabila cuaca buruk dan saluran televisi menjadi berantakan serta saluran televisi dapat menghilang tanpa pemberitahuan sebelumnya.

Pada kualitas pelayanan PT Fasindo Jaya Kabel Television dalam memberikan respons keluhan pelanggan secara langsung dan sangat cepat apabila melalui telepon. Namun, terdapat beberapa kendala dalam memberikan pelayanan, yaitu apabila hanya satu rumah yang kehilangan sinyal televisi maka perusahaan akan memperbaikinya di hari berikutnya. Perusahaan tidak dapat melayani 24 jam setiap keluhan pelanggan serta perusahaan tidak dapat mengetahui apabila terjadi kerusakan apabila pelanggan tidak memberi keluhan dan perusahaan tidak memberikan informasi apabila terjadi perbaikan. Tingkat kepuasan pelanggan sering menurun karena PT Fasindo Jaya Kabel Television masih kurang memuaskan dalam memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Data keluhan pelanggan pada 6 bulan terakhir di PT Fasindo Jaya Cable Television dapat di lihat dari tabel berikut:

Tabel 1.2 Keluhan Pelanggan PT Fasindo Jaya Kabel Television 2017

No.	Bulan	Jumlah Keluhan	Keluhan Pelanggan
1.	Mei	20	Gambar buram dan saluran hilang
2.	Juni	18	Kunci sinyal rusak dan ganti baru
3.	Juli	22	Kabel putus dan kunci sinyal hilang
4.	Agustus	19	Saluran teracak dan saluran nasional hilang
5.	September	15	Beberapa saluran hilang dan gambar buram
6.	Oktober	24	Saluran lokal, bola dan saluran luar negeri hilang

Sumber : PT Fasindo Jaya Kabel Television

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas dapat di lihat bahwa kepuasan pelanggan terhadap PT Fasindo Jaya Kabel Television masih kurang karena masih banyak keluhan pelanggan.

TV Kabel yang disediakan PT Fasindo Jaya Kabel Television ini masih belum terlalu dikenal banyak penduduk Batam karena hanya menyediakan produk dan layanan di beberapa lokasi di Batam. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan belum dapat terpenuhi karena pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan PT Fasindo Jaya Kabel Television yang kurang maksimal dan kurang dikenal masyarakat. Maka dari itu PT Fasindo Jaya Kabel Television dapat memberikan kebijakan agar diberlakukan shift kerja untuk teknisi maupun *customer service* dalam menanggapi keluhan pelanggan saat malam hari serta dapat meningkatkan mutu produk apabila terjadi kesalahan ataupun kehilangan sinyal, saluran televisi kabel tidak menghilang ataupun berantakan.

Penelitian ini sebelumnya pernah dilakukan oleh (Sumawardhani, Minarsih M, & Warso, 2016), tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Desain, Dan Harga

Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Peningkatan Penjualan Di Percetakan Teaching Factory Gradasi Semarang. Dimana hasil peneliti yang berdampak signifikan untuk kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Tahapan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan metode sensus.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini penting dilaksanakan dengan judul, yaitu “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Fasindo Jaya Kabel Television Kota Batam.” Selain itu, penelitian ini belum pernah dilakukan peneliti sebelumnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Masih sering terjadi saluran televisi yang kurang tajam dan sinyal dapat hilang ketika cuaca buruk.
2. Saluran televisi yang teracak serta saluran televisi dapat menghilang tanpa pemberitahuan.
3. Tingkat pelayanan yang kurang maksimal seperti apabila kerusakan hanya di satu tempat teknisi akan lambat hadir.
4. Pelayanan tidak 24 jam dalam menerima keluhan pelanggan.
5. Kurangnya pembagian informasi kepada pelanggan.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.
2. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan TV Kabel daerah Cendana Batam Center.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Fasindo Jaya Kabel Television Kota Batam?
2. Bagaimanakah Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Fasindo Jaya Kabel Television Kota Batam?
3. Bagaimanakah Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Fasindo Jaya Kabel Television Kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Relevan dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Fasindo Jaya Kabel Television Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Fasindo Jaya Kabel Television Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Fasindo Jaya Kabel Television Kota Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan yang bermanfaat dibidang manajemen terutama pada bidang manajemen pemasaran. Serta dapat meningkatkan pengetahuan mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi PT Fasindo Jaya Kabel Television

Penelitian ini diharapkan dapat membantu PT Fasindo Jaya Kabel Television dalam meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi

2. Bagi Universitas Putera Batam

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi penelitian yang ada di perpustakaan dan juga dapat menjadi referensi penelitian bagi mahasiswa/mahasiswi Universitas Putera Batam lainnya untuk penulisan skripsi maupun bahan pembelajaran tambahan dibidang manajemen pemasaran.