

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran memiliki tujuan sebagai aktivitas yang sudah direncanakan yaitu untuk mempengaruhi pembeli atau calon pembeli supaya bersedia membeli produk perusahaan. Perusahaan berupaya untuk memahami apa yang dibutuhkan konsumen dan juga mengetahui selera konsumen. Selain itu juga untuk memenuhi keinginan konsumen agar sesuai dengan produk yang ditawarkan, sangatlah penting melakukan penilaian terhadap kepuasan konsumen pada target pasar yang akan dituju.

Perusahaan dengan tujuan utama untuk menginformasikan, membujuk, mempengaruhi, dan meningkatkan konsumen agar membeli produk yang dihasilkan. Strategi promosi memerlukan *advertising, sales promotion, personal selling, dan publicity* keadaan sebuah program yang terkoordinasi untuk berkomunikasi dengan para pembeli dan pihak lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Aktivitas promosi mempunyai pengaruh penting atas penjualan produk dicapai oleh suatu usaha. Pengelolaan yang efektif atas sumber daya yang mahal tersebut adalah potensial untuk mencapai hasil imbalan optimal dari pengeluaran promosi.

Perusahaan perlu melakukan pendekatan kepada konsumen secara berulang, promosi merupakan salah satu faktor yang berperan besar di dalamnya. Perusahaan harus mempromosikan produknya untuk memberitahukan bahwa

dipasar ada produknya, promosi sifatnya mengingatkan terutama untuk kualitas produk di hati konsumennya, dan ini perlu dilakukan selama tahap kedewasaan di dalam siklus kehidupan barang atau jasa produksinya.

Menurut (Tjiptono, 2008: 219) dalam jurnal (Faradina & Satrio, 2016) promosi adalah aktivitas pemasaran yang perusahaan menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Perusahaan selalu ingin meningkatkan jumlah penjualan untuk mendapatkan laba yang lebih besar dan kita sendiri dapat melihat perannya promosi dalam upaya untuk dapat mencapai tujuan perusahaan. Disamping faktor promosi, faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah kualitas produk.

Kualitas produk merupakan faktor yang sangat penting dalam mencapai kepuasan konsumen yang diharapkan perusahaan guna untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang. Apabila kualitas produk tersebut kurang baik sedikit saja menurut para konsumen, maka mereka akan merasakan ketidakpuasan dan dengan cepat berpindah hati untuk membeli produk dari perusahaan lain.

Menurut (Tjiptono, 2008: 298) dalam jurnal (Lenzun, Massie, & Adare, 2014) berpendapat kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana dapat memenuhi prasyarat kebutuhan konsumen atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk juga memiliki peranan penting karena kualitas produk adalah salah satu hal yang dinilai konsumen dan menjadikan suatu

pengalaman yang dapat menarik konsumen potensial apabila mereka merasa terpuaskan dengan produk tersebut.

Kualitas yang baik dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen. Kepuasan konsumen juga merupakan salah satu aspek poin penting yang terdapat di setiap perusahaan dan juga suatu hal yang dirasakan konsumen setelah melakukan pembelian disuatu perusahaan.

Menurut (Kotler & Keller, 2009: 177) dalam jurnal(Gulla, Oroh, & Roring, 2015) berpendapat, kepuasan merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Kepuasan konsumen adalah perilaku konsumen yang terjadi saat melihat promosi dan kualitas produk suatu perusahaan.

PT Lifa Plasmet Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang produksi plastik ID Card. Perusahaan tersebut berperan sebagai pabrik di daerah Batam, yang didirikan sejak tahun 1999. PT Lifa Plasmet Indonesia menawarkan produknya yang bermerek WINFA di Batam Indonesia dan Singapura. Dimana perusahaan tersebut memproduksi berbagai macam jenis plastik ID Card antara lain yaitu, sarung passport (p-068), sarung raport (p-065), sarung stnk (p.086), sarung ktp (p.090) dan sarung ijazah (p.316).

Dalam menjalankan usahanya, PT Lifa Plasmet harus dapat menentukan strategi yang dipakai agar dapat menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat terbentuk dengan adanya promosi yang baik. PT Lifa memberikan promosi dengan cara melalui media social seperti website dan media

komunikasi. Dengan melakukan promosi maka akan sangat membantu produk yang ditawarkan pada perusahaan. Selain promosi, kualitas produk juga berperan penting untuk menciptakan kepuasan konsumen.

Merek WINFA pada PT Lifa Plasmex Indonesia mempunyai klasifikasi kualitas produk dengan ketebalan yang berbeda yaitu ketebalan 0.1 mm, 0.2 mm, 0.3 mm, 0.5 mm dan ketebalan 0.7 mm. Perbedaan dari klasifikasi kualitas di atas adalah barang / material impor berasal dari Cina dan Singapura. Kualitas material impor dari Singapura jauh lebih berkualitas dibandingkan dengan kualitas material impor dari Cina, baik dalam segi ketebalan produk dan juga daya tahan produk.

PT Lifa Plasmex Indonesia juga menginginkan tingginya tingkat penjualan produk agar produk yang diproduksinya dapat terjual dengan baik. Untuk bisa bersaing di dunia produksi plastik ID Card bermerek WINFA, PT Lifa Plasmex Indonesia menjunjung tinggi tingkat kepuasan konsumen.

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen PT Lifa Plasmex Indonesia harus memaksimalkan promosi dan menjaga kualitas produk. Perusahaan akan memaksimalkan promosi yang mampu mengingatkan konsumen dan kualitas yang terjamin sehingga kepuasan konsumen terus meningkat. Jika perusahaan mampu mendapat perhatian konsumen, maka peluang perusahaan dalam memasarkan produknya akan lebih tinggi. Konsumen cenderung memilih kenyamanan baik dari segi promosi maupun kualitas produk. Di bawah ini terlampir data penjualan perusahaan.

Tabel 1.1 Data Penjualan Perusahaan

Tahun	2014	2015	2016
Januari	44	59	58
Februari	52	45	55
Maret	33	39	64
April	47	50	59
Mei	60	75	60
Juni	61	59	67
Juli	50	58	46
Agustus	61	65	63
September	70	64	58
Oktober	58	70	58
November	53	66	70
Desember	59	63	57

Permasalahan yang ditemukan pada perusahaan PT Lifa Plasmex Indonesia saat ini adalah minimnya promosi karena hanya melalui website dan sosial komunikasi hanya dengan memberikan potongan harga sehingga konsumen sulit untuk mengetahui produk yang ditawarkan pada perusahaan. Dengan adanya promosi diharapkan kendala yang selama ini belum teratasi dan menjadi perhatian perusahaan akan lebih baik. Promosi juga penting untuk melihat potensi yang ada di pasar.

Kualitas produk pada perusahaan PT Lifa Plasmex Indonesia masih dalam pengendalian karena tergantung pembelian perusahaan sehingga terdapat perbedaan material produksi dalam produknya, dan faktor tenaga kerja yang juga mempengaruhi kualitas produk seperti bagian QC yang kurang teliti dalam pengecekan produk yang sudah siap dikerjakan. Pemotongan material yang kurang teliti, sehingga produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan keinginan para konsumen yang kemudian menyebabkan kualitas produk mengalami penurunan di mata para konsumen.

Keterbatasan tenaga kerja sehingga pada saat jatuh tempo waktunya untuk mengirimkan barang tidak terselesaikan sehingga mengalami penurunan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, PT Lifa Plasmex Indonesia berusaha meningkatkan omset penjualan konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen yang maksimum melalui cara promosi dan kualitas produk yang lebih baik dan bisa diterima oleh para konsumennya dengan maksud untuk bisa meninggalkan sebuah pandangan yang positif untuk para konsumen yang di kemudian hari bisa menjadi konsumen tetap di PT Lifa Plasmex Indonesia, yang tentunya bisa membawakan keuntungan jangka panjang bagi PT Lifa Plasmex Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian tertarik untuk melakukan penelitian yang telah mendalam tentang sejauh mana promosi dan kualitas produk dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada PT Lifa Plasmex Indonesia untuk kemudian dijadikan sebagai penelitian untuk mengambil judul “Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Lifa Plasmex Indonesia”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian mengenai latar belakang penelitian yang dikemukakan diatas, maka identifikasi masalah yang muncul adalah :

1. Promosi sangat minim karena hanya melalui website dan sosial komunikasi.
2. Kualitas produk yang tidak bagus karena pembelian perusahaan (*purchasing*).
3. Bagian qc yang kurang teliti.
4. Produk sampai ke tangan konsumen tidak sesuai waktu.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian dilaksanakan di PT Lifa Plasmex Indonesia.
2. Penulis membatasi masalah-masalah dalam penelitian ini dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2016.
3. Penelitian menggunakan variabel promosi dan kualitas produk sebagai variabel independen dan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel dependen.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Lifa Plasmeter Indonesia ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Lifa Plasmeter Indonesia ?
3. Apakah promosi dan kualitas produk sama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Lifa Plasmeter Indonesia ?

1.5 Tujuan Masalah

Adapun tujuan yang dilakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada PT Lifa Plasmeter Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Lifa Plasmeter Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT Lifa Plasmeter Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, manfaat dari penelitian ini dibedakan sebagai berikut :

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini dilakukan agar dapat memberikan manfaat dari aspek teoritis sebagai berikut :

1. Hasil dari penelitian ini diharap dapat memperluas pengetahuan tentang pemasaran promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti yang lebih lanjut.

1.6.2. Aspek Praktis

Manfaat secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian bagi konsumen PT Lifa Plasmex Indonesia ini diharapkan akan bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan masukan yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk memecahkan masalah yang dihadapi terutama mengenai pengaruh promosi, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian. Produk tersebut guna meningkatkan kepuasan konsumen .

2. Bagi Universitas Putera Batam

Manfaat bagi Universitas Putera Batam adalah dapat menjadi masukan bagi penelitian lanjutan.

